

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету журналістики

В.В. Костюк

(підпис)

(ініціали та прізвище)

» 2021

**РЕКЛАМА ТА ПР В ДРУКОВАНИХ ЗМІ**  
**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки бакалаврів

очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти  
спеціальності 061 журналістика

)  
освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»

**Укладач /Укладачі: Чернявська Л.В., доцент, професор кафедри журналістики**

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри журналістики  
Протокол № 5 від “22” грудня 2021 р.  
Завідувач кафедри журналістики

Л.В. Чернявська  
(ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою  
факультету журналістики

Протокол № 6 від “29” грудня 2021 р..  
Голова науково-методичної ради  
факультету журналістики

Н.В. Романюк  
(ініціали, прізвище)

Погоджено  
з навчально-методичним відділом

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2021 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3
<b>Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти</b>	<b>Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі</b>	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>
		очна (денна) форма здобуття освіти
<b>Галузь знань 061 журналістика</b>	<b>Кількість кредитів – 3</b>	<b>Вибіркова (дисципліна вільного вибору студента)</b>
		<b>Цикл дисциплін професійної підготовки</b>
<b>Спеціальність 061 журналістика</b>	<b>Загальна кількість годин – 90</b>	<b>Семестр:</b>
		8 -й
<b>Освітньо-професійна програма реклама і зв'язки з громадськістю</b>	<b>Змістових модулів – 4</b>	<b>Лекції</b>
		16 год.
<b>Рівень вищої освіти: бакалаврський</b>	<b>Кількість поточних контрольних заходів – 8</b>	<b>Практичні</b>
		32 год.
		<b>Самостійна робота</b>
		42 год.
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю:</b> залік

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Реклама та ПР в друкованих ЗМІ» є надання майбутнім фахівцям ґрунтовних знань та формування вмінь щодо теоретичних та прикладних аспектів технологій виготовлення поліграфічної продукції та створення журналістського та розважально-рекламного контенту. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Реклама та ПР в друкованих ЗМІ» є: опрацювання теоретичних та прикладних аспектів виготовлення поліграфічної продукції; ознайомитися із системним характером та структурою роботи редакції; створювати рекламний та журналістський контент; створювати рекламний контент в друкованих медіа; ознайомлення із зарубіжним та вітчизняним досвідом використання поліграфічної продукції у практичній рекламній діяльності та зв'язків із громадськістю

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
---	----------------------------

<p>Програмні компетентності:</p> <p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p>	<p>Методи:</p> <p>Наочні методи (відео, плакати, зразки рекламної продукції, схеми, моделі).</p> <p>Словесні методи (лекція, пояснення, робота з підручником).</p> <p>Практичні методи (творчі завдання, контрольні, складання схем і алгоритмів).</p> <p>Логічні методи (індуктивні, дедуктивні, створення проблемної ситуації).</p> <p>Проблемно-пошукові методи (репродуктивні).</p> <p>Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія, створення навчальних ситуацій).</p>
<p>Програмні результати навчання</p> <p>РН31. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань</p> <p>РН32. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень</p> <p>РН33. Базові знання фундаментальних наук в обсязі, необхідному для освоєння загальнопрофесійних дисциплін.</p> <p>РНУ3. Генерувати рекламний, інформаційний та медіаконтент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації</p> <p>РН332. Використовувати сучасні рекламні, інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p>РН333. Передбачати реакцію аудиторії на рекламний, PR та інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.</p>	<p>Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий).</p> <p>Контрольні заходи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретичне тестування за змістовим модулем</li> </ul>

<p>PH334. Здатність організовувати рекламну та PR-діяльність, формувати внутрішню та зовнішню комунікативну діяльність, іміджеву політику організації.</p> <p>PHK3. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.</p> <p>PHK4. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p> <p>PHAiB1. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p> <p>PHAiB2. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.</p>	
--	--

### **Міждисциплінарні зв'язки.**

Нормативна навчальна дисципліна «Реклама та PR в друкованих ЗМІ» є складовою циклу професійної підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр», є базою для вивчення таких спеціальних дисциплін, як «Організація PR-рекламної діяльності», «Теорія і практика зв'язків з громадськістю», «Реклама інформаційної продукції», «PR-рекламний копірайтинг», «Креатив у рекламі та PR», «Медіапланування», «Планування і організація рекламного видання», «Мас-медійна реклама» та інші.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1.** Друковані медіа як вид поліграфічної продукції

Зміст і принципи співробітництва редакції газети/журналу і типографії. Значення понять «преса», «газета», «журнал», «редакція». Значення поліграфічних термінів «поліграфія», «типографія», «верстання», «верстка», «верстальник», «шпальта». Випуск періодичних видань: функції типографії, типографські цехи та їх призначення, типографське обладнання, друкарські процеси, види друку та їх застосування, загальноприйняті формати газет/журналів. Структура редакції періодичного друкованого видання.

#### **Змістовий модуль 2.** Макетування та верстка

Газетна/журнальна текстова сторінка. Підготовка графічних ілюстрацій, опрацювання їх у графічному редакторі і заверстування на сторінку. Підбір додаткової інформації пізнавального або розважального характеру. Виготовлення макету тематичної сторінки. Верстання у програмі QuarkXPress власної тематичної сторінки за готовим макетом, зокрема верстання авторського кросворду.

#### **Змістовий модуль 3.** Створення рекламного контенту в друкованих медіа.

Жанри рекламних матеріалів в друкованих медіа. Прихована реклама в друкованих медіа: журналістський матеріал, коментар, згадка. Нова екосистема

новин. Новинний контент. Жанри журналістських матеріалів. Ознаки прихованої реклами. Репутаційний контент: відгуки експертів про бренд, кейси, нішеві міфи. Комунікаційний контент: опитування, моніторинги.

**Змістовий модуль 4.** Створення розважального контенту та імплементація реклами та матеріалів зв'язків з громадськістю в розважальний контент.

Інструменти просування реклами в друкованих медіа. Види поліграфічної продукції: каталоги та брошури, листівки та буклети, проспекти, календарі, візитівки та ін. Формати розважальної реклами: опитування, кросворди, комікси, загадки, головоломки, жарти, меми, «мімішні» матеріали. Кейси форматів розважальної реклами проєктів «The Village Україна», «The Devochki», «Хмарочос», «Базилік». Навчальний контент: матеріали, що містять корисну інформацію; інструкції. Контент, що залучає аудиторію: конкурси, обговорення

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години			Самостій на робота, год о/д ф.	Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні заняття, год	Практичні заняття, год		Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/д ф.	о/д ф.				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
1	15	12	4	8	3	2	5	7
2	15	12	4	8	3	2	6	8
3	15	12	4	8	3	2	5	7
4	15	12	4	8	3	2	6	8
Усього за змістові модулі	60	48	16	32	12	16	44	60
Підсумковий семестровий контроль <b>екзамен</b>	30				30	20	20	40
Загалом			<b>90</b>		<b>42</b>		<b>100</b>	

#### 5. Темі лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф.
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	Друковані медіа як вид поліграфічної продукції	4
2	Макетування та верстка	4
3	Створення рекламного контенту в друкованих медіа	4
4	Створення розважального контенту та імплементація реклами та матеріалів зв'язків з громадськістю в розважальний контент	4
Разом		16

## 6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф. з/дист ф.
1	2	3
1	Друковані медіа як вид поліграфічної продукції	8
2	Макетування та верстка	8
3	Створення рекламного контенту в друкованих медіа	8
	Створення розважального контенту та імплементація реклами та матеріалів зв'язків з громадськістю в розважальний контент	8
Разом		32

## 7. Види і зміст поточних контрольних заходів \*

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	**Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Теоретичне завдання – тест 1 в системі Moodle	Питання для підготовки: 1. Зміст і принципи співробітництва редакції газети/журналу і типографії. 2. Значення понять «преса», «газета», «журнал», «редакція». 3. Значення поліграфічних термінів «поліграфія», «типографія», «верстання», «верстка», «верстальник», «шпальта».	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість питань – 5. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал	5
	Практичне завдання – розробити структуру редакції і визначити роль рекламного відділу	Підготувати концепцію власної редакції. Вимоги до виконання та оформлення: оформлюється за вимогами, які висуваються до оформлення курсових робіт для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра	Робота оцінюється на 10 балів основі параметрів: 1. Актуальність 2. Доступність 3. Використання отриманих знань. 4. Майстерність презентації	10
Усього за ЗМ 1	2			15
2	Теоретичне завдання – тест 2 в системі Moodle	Питання для підготовки: 1. Газетна/журнальна текстова сторінка. 2. Підготовка графічних	Тестові питання оцінюються: правильно/	5

		ілюстрацій, опрацювання їх у графічному редакторі завершування на сторінку 3. Підбір додаткової інформації пізнавального або розважального характеру.	неправильно. Кількість питань – 5. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал	
	Практичне завдання – виготовлення макету тематичної сторінки	Виготовлення макету тематичної сторінки. Вимоги до виконання та оформлення: оформлюється за вимогами, які висуваються до оформлення курсових робіт для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра	Робота оцінюється на 10 балів на основі параметрів: 1. Актуальність 2. Доступність 3. Використання отриманих знань. 4. Оптимальність обраних заходів 5. Майстерність презентації	<b>10</b>
Усього за ЗМ 1	2			<b>15</b>
<b>3</b>	Теоретичне завдання – тест 3 в системі Moodle	Питання для підготовки: 1. Жанри рекламних матеріалів в друкованих медіа. 2. Прихована реклама в друкованих медіа: журналістський матеріал, коментар, згадка. 3. Нова екосистема новин. Новинний контент. 4. Жанри журналістських матеріалів. 5. Ознаки прихованої реклами.	Тестові питання оцінюються: правильно/ неправильно. Кількість питань – 5. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал	<b>5</b>
	Практичне завдання – створити зразок репутаційного контенту	Створення зразку репутаційного контенту. Вимоги до виконання та оформлення: оформлюється за вимогами, які висуваються до оформлення курсових робіт для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра	Робота оцінюється на 10 балів на основі параметрів: 1. Актуальність 2. Доступність 3. Використання отриманих знань. 4. Оптимальність обраних заходів 5. Майстерність презентації	<b>10</b>
<b>Усього за ЗМ 1 контр. заходів</b>	2			<b>15</b>

	Теоретичне завдання – тест 4 в системі Moodle	Питання для підготовки: 1. Інструменти просування реклами в друкованих медіа. 2. Види поліграфічної продукції: каталоги та брошури, листівки та буклети, проспекти, календарі, візитівки та ін. 3. Формати розважальної реклами: опитування, кросворди, комікси, загадки, головоломки, жарти, меми.	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість питань – 5. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал	<b>5</b>
	Практичне завдання – створити зразок розважального контенту	Створити зразок розважального контенту. Вимоги до виконання та оформлення: оформлюється за вимогами, які висуваються до оформлення курсових робіт для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра	Робота оцінюється на 10 балів на основі параметрів: 1. Актуальність 2. Доступність 3. Використання отриманих знань. 4. Оптимальність обраних заходів 5. Майстерність презентації	<b>10</b>
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	<b>8</b>			<b>60</b>

### 8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Залік</b>	Теоретичне завдання – підсумковий тест в системі Moodle	Питання для підготовки: див. питання до ЗМ 1–4 у таблиці 7.	Підсумковий тест складається із 20 тестових питань. Правильна відповідь оцінюється у 1 бал або всього за підсумковий тест можна отримати до 20 балів.	<b>20</b>
	Практичне завдання - індивідуальне практичне завдання	Підсумкове практичне завдання або індивідуальне практичне складається з комплексного завдання. Розробити сторінку друкованого видання	Робота оцінюється на 20 балів на основі параметрів: 1. Актуальність 2. Доступність 3. Використання отриманих знань. 4.	20



		із зразками розважального, новинного та ілюстративного контенту.	Оптимальність обраних заходів 5. Майстерність презентації	
Усього за підсумковий семестровий контроль				<b>40</b>

## 9. Рекомендована література

### Основна:

1. Василюшин Д. В., Василюшин О. М. Технологія набору та верстки : навчальний посібник. Львів. 2019. 270 с.
2. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник. Харків : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с.
3. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник /Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
4. Місцева преса: посібник для ЗМІ. URL: <http://www.ualocal.media/?cat=3>

### Додаткова:

1. Методичні вказівки до лабораторних робіт з курсу «Видавнича справа і технічне редагування» для студентів спеціальності 186 Видавництво та поліграфія, спеціалізація 186-01 Інформаційні технології в медіаіндустрії. Харків : НТУ «ХП», 2017. 52 с.
2. Соціально-етичний маркетинг: монографія; за заг. ред. А.А. Мазаракі та Є.В.Ромата. Київ: Київ. нац. торг. - екон. ун-т, 2013. 314 с.
3. Журналістика та реклама: вектори взаємодії : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2019 р.) / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 236 с.
4. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. Харків, 2011. 224 с.

### Інформаційні джерела:

1. Наукова бібліотека Запорізького національного університету. URL: <http://library.znu.edu.ua/>
2. Система електронного забезпечення навчання ЗНУ. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/>
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні (проект) URL: [http://www.uspp.org.ua/media/%20КСВ+\\_1.doc](http://www.uspp.org.ua/media/%20КСВ+_1.doc)
5. Спеціалізований ресурс з PR і інших комунікацій. URL: <http://www.publicity.kiev.ua/>
6. Картер М. А. Современный дизайн газет. URL: <http://evartist.narod.ru/text4/19.htm> (дата звернення: 21.09.2018).
7. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua/ad-market/>

