МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії
_____ В. Іоаєнко
«27» 03 2019 р.

Система менеджменту якості

ПРОГРАМА

додаткового вступного випробування
на освітній ступінь «Бакалавр»
з нормативним терміном навчання **3 роки**
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»

Галузь знань: 06 «Журналістика»
Спеціальність: 061 «Журналістика»
ОПП: «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Програму рекомендовано
кафедрою журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю
Протокол № 3 від 28.02.2019

СМЯ НАУ П 15.01.04- 01-2019

ВСТУП

Мета додаткового вступного випробування — визначення рівня знань з комплексу фундаментальних дисциплін і передбачає визначення рівня підготовки абітурієнтів, що дозволяє оцінити світогляд вступника, а також визначити рівень його інтелектуального потенціалу.

Додаткове вступне випробування проходить у письмовій формі у вигляді **теоретичних питань.**

Додаткове вступне випробування проводиться упродовж **2-х** академічних годин **(90 хв.)**

Організація додаткового вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного авіаційного університету.

ПЕРЕЛІК ТЕМАТИКИ ПИТАНЬ

з дисциплін, які виносяться на **додаткове** вступне випробування
за освітньо-професійною програмою підготовки фахівців з вищою освітою освітнього ступеня «Бакалавр»
з нормативним терміном навчання 3 роки

1. ЕТИКА В РЕКЛАМІ ТА PR-ДІЯЛЬНОСТІ

1. Визначити сутність і норми етики в сучасному суспільстві.
2. Окреслити загальні принципи та норми моралі й етики фахівця з реклами та піару.
3. Визначити права й обов'язки рекламіста й фахівця з зв'язків з громадськістю в контексті норм етики.
4. Сформулювати сутність і значення соціальної відповідальності рекламіста і фахівця з піару.
5. Пояснити пропагандистські функції рекламіста і ПР-спеціаліста в нормах етико-правових засад і принципів.
6. Окреслити норми авторського права і його законодавчий захист в Україні.
7. Роз'яснити міжнародну практику правового регулювання ПР та реклами.
8. Окреслити діяльність міжнародних та національних організацій ПР-фахівців.
9. Проаналізувати моральні норми Афінського кодексу.
10. Окреслити норми кодексу професійної поведінки Інституту ПР (Англія).

2. ТЕОРІЯ РЕКЛАМИ ТА PR

1. Визначити основні історичні етапи становлення і розвитку зарубіжної реклами.
2. Визначити основні історичні етапи становлення і розвитку зарубіжного піару.
3. Окреслити специфіку розвитку реклами в Україні
4. Охарактеризувати основні етапи розвитку піару в Україні.
5. Визначити роль і значення реклами у культурі цивілізацій Стародавнього Сходу.
6. Охарактеризувати становлення реклами в індустріальному суспільстві.
7. Визначити роль і значення реклами в культурі постіндустріального суспільства.
8. Описати ранні форми реклами в середньовічній Русі.
9. Проаналізувати значення реклами в період феодальної роздробленості.
10. Охарактеризувати розвиток та функціонування реклами з часів незалежності України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

для самостійної підготовки вступника до
додаткового вступного випробування

ЕТИКА В РЕКЛАМІ ТА PR-ДІЯЛЬНОСТІ

Основна:

1. Вайсман Дж. Мастера слова. Секреты публичных выступлений./ Дж. Вайсман. М., 2014.
2. Королько В. Г., Некрасова О.В.Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / Підручник.3-е вид.-я, доп.-К., 2009.
3. Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз.7-е изд.-е/Пер. с англ.-М., 2001.

Додаткова:

1. Бугрим В. В. Соціально-етичні та моральні проблеми української реклами // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Українська реклама в контексті світового досвіду". – К., 2001.

2. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы: В 2 ч. – М., 2008. – Ч. 1, Ч. 2.
3. Яцко Н. Піар та маніпуляції. Практичний словник, 2013.

ТЕОРІЯ РЕКЛАМИ ТА PR

Основна:

1. Інформація та реклама в Україні: збірник законодавчих і нормативних актів (офіційний текст), 2012.
2. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика/Підручник.3-е вид.-я, доп. - К., 2009.
3. Кутиркіна С. Л. Рекламний медіаринок Росії XX – початку XXI століття: Навч. посібник. – М., 2009.

Додаткова:

1. Бугрим В. В. Соціально-етичні та моральні проблеми української реклами // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Українська реклама в контексті світового досвіду". – К., 2001.
2. Гарфильд Б. Десять заповедей рекламы. / Б. Гарфильд – СПб.: Питер, 2006.
3. Яцко Н. Піар та маніпуляції. Практичний словник, 2013.

Програму розробила:

Доцент А.А. Іващук

ЗРАЗОК

білету додаткового вступного випробування

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету
_____ Ю. Волошин

Освітній ступінь: Бакалавр
Галузь знань: 06 «Журналістика»
Спеціальність: 061 «Журналістика»
ОПП: «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Додаткове вступне випробування
Білет № 1

Завдання 1. Сформулювати сутність і значення соціальної відповідальності рекламіста і фахівця з піару.

Завдання 2. Охарактеризувати становлення реклами в індустріальному суспільстві.

Схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю
(Протокол № 3 від 28.02.2019)

Завідувач кафедри _____ Е. Д. Циховська

Виконання окремих завдань додаткового вступного випробування

Вид навчальної роботи	Максимальна величина рейтингової оцінки (бали)
Виконання завдання № 1	50
Виконання завдання № 2	50
Усього	**100**

Значення рейтингових оцінок в балах за виконання завдань додаткових вступних випробувань та їх критерії

Оцінка в балах за виконання окремих завдань	Критерії оцінки
45-50	**Відмінно** (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
38-44	**Добре** (у цілому вірне виконання з певною кількітю суттєвих помилок)
30-37	**Задовільно** (непогано, але зі значною кількістю недоліків та задовольняє мінімальним критеріям)
Менше 30	**Незадовільно** Виконання не задовольняє мінімальним критеріям
Увага!	Оцінки менше, ніж 30 балів, не враховується під час визначення рейтингу

Відповідність рейтингових оцінок

у балах оцінкам за національною шкалою

Оцінка в балах		Пояснення	
60-100	**90-100**	**Відмінно** (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)	**Вступне випробування складено**
	75-89	**Добре** (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)	
	60-74	**Задовільно** (непогано, але зі значною кількістю недоліків та задовольняє мінімальним критеріям)	
0-59		**Вступне випробування не складено**	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайом-лення	Примітки

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульо-ваного			

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				