

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



ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

В. Ісаєнко

03 2019 р.



Система менеджменту якості

ПРОГРАМА

**фахового 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



Система менеджменту якості
ПРОГРАМА фахового вступного випробування
на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним
терміном навчання 3 роки на основі освітньо-
кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
П 15.01.04-01-2019

Стор. 2 из 8

ВСТУП

Мета фахового вступного випробування — в визначення рівня знань з комплексу професійно-орієнтованих дисциплін і передбачає визначення рівня знань за напрямками професійної діяльності та формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін відповідних освітніх програм).

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

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

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

ПЕРЕЛІК ТЕМАТИКИ ПИТАНЬ


з дисциплін, які виносяться на фахове вступне випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки

1. ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

1. Визначити сутність реклами і зв'язків з громадськістю.
2. Окреслити функції реклами і піару.
3. Визначити основні категорії та сучасну концепцію реклами.
4. Описати історію виникнення та становлення реклами в Україні.
5. Описати історію виникнення та становлення піару в Україні.
6. Визначити етапи розвитку реклами у світі.
7. Охарактеризувати типи реклами.
8. Визначити основні типи і моделі зв'язків з громадськістю: їх суть і специфіку.
9. Визначити сутність і зміст аналітично-прогностичної функції.
10. Охарактеризувати міжнародні фестивалі та конкурси реклами.

2. ПРОДАЖ РЕКЛАМИ

1. Специфіка роботи менеджера з продажу реклами на телебаченні.
2. Розкрити суть дворівневого відділу продаж.
3. Визначити важливість побудови комунікацій менеджера з клієнтом.
4. Розкрити суть модульних пропозицій.
5. Описати специфіку роботи з формування пакетів рекламних послуг.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 15.01.04-01-2019
		Стор. 3 из 8	

6. Проаналізувати методи переконання в продажах реклами.
7. Описати вимоги до розробки комерційної пропозиції.
8. Визначити основні правила написання комерційної пропозиції.
9. Визначити головні принципи продажу рекламних послуг.
10. Описати особливність розміщення соціальної реклами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

для самостійної підготовки вступника до
фахового вступного випробування

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Основна:

1. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К., 2007.
2. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Пер. с англ. под ред. Б.Л. Яремина: Уч. пос. для вузов. – М., 2003.
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. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. — К., 2005.
2. Богданов Е., Зазыкин В. Психологические основы Паблик рилейшнз. / Е. Богданов – СПб., 2003.
3. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия: Теория и практика. 8-е изд./Пер. с фр. – М., 2001.

ПРОДАЖ РЕКЛАМИ

Основна:

1. Каплунов Д. Эффективное коммерческое предложение. / Д. Каплунов – М., 2013.
2. Контекстная реклама в интернете. Настольная книга рекламиста. /Под ред. А. Басова. – Спб., 2009.
3. Бернадская Ю. С. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 15.01.04-01-2019
	Стор. 4 из 8		

Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М., 2005.

Додаткова:


1. Богданов Е.; Зыбкин В. Психологические основы Паблик рилейшнз. Богданов Е. – СПб., 2003.
2. Давыдов Д. Г. Психология Паблик Рилейшенз. Учебное пособие. / Д. Давыдов – М., 2006.
3. Королько В. Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник. 3-е вид.-я, доп.-К., 2009.

Програму розробила:

Доцент



А.А. Іващук

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПІ 15.01.04-01-2019
	Стор. 5 из 8		

ЗРАЗОК
білету фахового 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»


Фахове вступне випробування
Білет № 1

Завдання 1. Описати історію виникнення та становлення піару в Україні.

Завдання 2. Розкрити суть модульних пропозицій.

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

Завідувач кафедри  Е. Д. Циховська


	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 15.01.04-01-2019
	Стор. 6 из 8		

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 кількістю 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

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 15.01.04-01-2019
	Стор. 7 из 8		

**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	

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо- кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 15.01.04-01-2019
		Стор. 8 из 8	

(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 ознайо- млення	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 РЕЄСТРАЦІ 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				