

**ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ І ПРИКЛАДНИХ НАУК
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З
ГРОМАДСЬКІСТЮ**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**щодо написання курсової роботи з дисципліни Реклама та PR
для студентів 2 курсу денної та заочної форм навчання
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика**

Івано-Франківськ - 2021

Методичні рекомендації щодо виконання курсової роботи з дисципліни Реклама та PR для студентів 2 курсу денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Журналістика» за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика. Івано-Франківськ: ЗВО «Університет Короля Данила», 2021. 23с.

Розроблено робочою групою кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ЗВО «Університет Короля Данила» у складі:

1. Качмар В.М. – кандидат філологічних наук, доцент;
2. Балинський І.О. – кандидат наук із соціальних комунікацій

Обговорено і схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ЗВО «Університет Короля Данила» (протокол №2 від «23» вересня 2021 р.)

© Качмар В.М., Балинський І.О.,
2021р.

© ЗВО «Університет Короля Данила»,
2021 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. Загальні вимоги до написання курсових робіт.....	5
2. Структура та зміст курсової роботи.....	7
3. Правила технічного оформлення курсової роботи.....	9
4. Бібліографічний опис використаної літератури.....	11
5. Представлення і захист курсової роботи.....	15
6. Критерії оцінювання курсової роботи.....	15
7. Додатки.....	18

ВСТУП

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи розроблені відповідно до вимог галузевої компоненти стандартів вищої освіти з підготовки бакалаврів спеціальності 061 Журналістика та призначені для надання допомоги студентам під час виконання курсової роботи згідно з чинними стандартами України. Вони розкривають послідовність етапів виконання дослідження, містять основні вимоги, що висуваються до змісту та оформлення курсової роботи, порядку захисту та оцінювання. Інтенсифікація навчального процесу, підвищення якості підготовки фахівців з реклами та зв'язків з громадськістю потребують від студентів вміння користуватися методикою самоосвіти, творчо мислити, чітко орієнтуватися в джерелах наукової та професійної інформації. Важливе місце у вирішенні цих завдань відведено виконанню курсової роботи, яка сприяє закріпленню та поглибленню теоретичних знань, формуванню навичок до збору, вивчення та аналізу практичних матеріалів з теорії реклами та PR, створення власної рекламної стратегії.

Курсова робота є однією з форм контролю знань студентів, важливим етапом підготовки студентів до майбутньої практичної діяльності у визначеній сфері, першим кроком в ході їх наукових досліджень.

Освітньо-професійною програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти передбачено в процесі написання курсової роботи набуття студентами таких програмних компетентностей:

ЗК 02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

1. Загальні вимоги до написання курсових робіт

Метою написання курсової роботи є закріплення теоретичних знань та отримання практичних навичок з реклами та PR. Курсова робота – результат дослідження однієї з тем дисципліни Реклама та PR. У курсовій роботі необхідно стисло, логічно і аргументовано викладати зміст і результати досліджень. При написанні роботи потрібно обов'язково посилатися на авторів та джерела, з яких запозичені матеріали або окремі результати. Виконуючи курсову роботу, студент повинен прагнути до того, щоб вона містила елементи наукового дослідження в теоретичній частині, а висновки носили прикладний характер і впливали з проведеного дослідження.

Курсова робота відображає: глибоке знання основних понять, термінів досліджуваної теми, основних положень нормативних та законодавчих актів, що стосуються діяльності певної рекламної/PR-кампанії; вміння аналізувати, узагальнювати, досліджувати літературні джерела та інформаційну базу даних, розробляти та аналізувати рекламну та PR-діяльність, логічно і чітко викладати матеріал, робити висновки та узагальнення, давати ґрунтовні оцінки різним явищам і процесам, оформляти роботи відповідно до існуючих стандартів.

Курсова робота виконується при безпосередньому науковому і методичному керівництві кафедри. Наукові керівники з підготовки і перевірки курсових робіт затверджуються кафедрою. Науковий керівник надає необхідні консультації щодо написання курсової роботи, графіки консультацій затверджуються на засідання кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю.

На завершену курсову роботу керівник надає рецензію. Курсова робота подається на кафедру журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю у вигляді роздрукованого машинопису скріпленого відповідним чином у терміни передбачені навчальним планом.

Незадовільно оцінена робота виконується заново або доопрацьовується і ще раз подається на кафедру. Процес виконання курсової роботи складається з

наступних основних етапів: вибір теми, підбір і вивчення літератури, складання плану роботи, написання роботи, її оформлення і захист.

Вибір і затвердження теми курсової роботи. Теми курсових робіт обираються студентом самостійно, або визначаються викладачем відповідно до поданого переліку з врахуванням актуальності, наукових зацікавлень студентів, наукових робіт кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю та затверджуються на засідання кафедри. Тематику курсових робіт наведено в додатку А.

Не допускається вибір двох однакових тем в одній академічній групі. В окремих випадках студент може запропонувати на розгляд кафедри власну тему, попередньо узгодивши її з керівником. При цьому студент повинен написати заяву на ім'я завідувача кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, в якій має вказати предмет дослідження, об'єкт, на практичних матеріалах якого може бути написана робота та обґрунтувати причини, що зумовили вибір теми. Пріоритет у пропозиціях власних тем надається студентам з високою успішністю.

Підбір і вивчення літератури. Важливе етапом при виконанні курсової роботи є підбір і вивчення літератури. Пошук і опрацювання літератури студент починає відразу після вибору теми курсової роботи. Студент самостійно підбирає і вивчає літературу.

У процесі пошуку літератури потрібно використовувати найбільш нові роботи як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Допомогу в доборі основної літератури надає студентові науковий керівник. Додаткову літературу студент обирає самостійно. Підбираючи літературу за обраною тематикою курсової роботи, студент повинен дотримуватись визначеної послідовності. Насамперед варто опрацювати кодекси і закони України, постанови Верховної Ради, Кабінету Міністрів України, укази Президента та інші нормативні акти та інструктивні документи стосовно обраної теми роботи. Потім підбирається матеріал, викладений у навчальних посібниках, підручниках, монографіях, газетах і журнальних статтях, мережі Інтернет.

Студент повинен звернути особливу увагу на актуальність і новизну публікацій у періодичних виданнях, динаміку змін і доповнень до законодавчих актів.

Навчально-методичну літературу слід використовувати лише тоді, коли вона відображає сучасні вимоги.

Після підбору літературних джерел, необхідних для написання курсової роботи, студент їх вивчає та систематизує. Процес вивчення літератури визначається можливістю використання досліджуваного матеріалу в курсовій роботі: виписки (цитати) з посиланнями на авторів, короткий виклад думок або фактів вільним стилем, характеристика прочитаного матеріалу. Не допускається пряме копіювання за винятком цитування окремих фраз будь-яких авторів. У такому випадку текст, який процитовано, беруть у лапки з обов'язковим посиланням на прізвище автора цитати, номер такого джерела в списку і номера сторінки. Також варто уникати переказу літературних джерел без посилань на них. При цьому теоретичний матеріал, викладений у курсовій роботі, повинен бути єдиним цілим, а не уривками «запозичених» текстів. Потрібно уникати поверхневого подання матеріалу, загальних фраз, переписування конспектів і літературних джерел.

Складання плану курсової роботи. На підставі попереднього опрацювання літератури, студент повинен скласти розширений план роботи (повинен містити розділи і підрозділи (пункти) і погодити його з науковим керівником.

План курсової роботи – це перелік основних питань, які потрібно висвітлити і дослідити під час роботи над обраною темою. Лише після затвердження плану курсової роботи студент може приступати до її написання.

2. Структура та зміст курсової роботи

Складовими частинами курсової роботи, що подається на кафедру журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю для її наступного захисту є: титульний аркуш; зміст; вступ; основна частина, яка складається з розділів і підрозділів; висновки; список використаної літератури; додатки.

Титульний аркуш курсової роботи. Титульний аркуш оформляється українською мовою. Паперовий варіант підписується виконавцем роботи і науковим керівником, а також членами комісії, які були присутні на захисті роботи. Зразок оформлення титульного аркушу роботи наведено в додатку Б.

Зміст. Зміст містить найменування та позначення початкових сторінок усіх розділів та підрозділів, вступу, висновків, додатків, списку використаної літератури (зразок оформлення змісту курсової роботи наведено у додатку В).

Вступ. Розкриває суть та важливість наукової проблеми, загальну характеристику курсової роботи, вихідні дані та джерела інформації для проведення дослідження.

У вступі потрібно розкрити актуальність розглянутої проблеми та її практичне значення; окреслити предмет та об'єкт дослідження; визначити мету роботи та відповідно до мети вказати завдання (кількість завдань у роботі повинна відповідати кількості підрозділів); інформаційну базу дослідження. Обсяг 2-3 сторінки.

Основна частина. Основна частина курсової роботи включає розділи (всього не менше 30 сторінок, але не більше 50), деталізовані окремими підрозділами (обсяг кожного не менше 3 сторінок).

Основна частина роботи повинна займати 80 % тексту машинопису. Кожен розділ починають із нової сторінки. У розділах основної частини розглядають літературу та нормативно-правове регулювання за темою, напрями досліджень, загальну методику і основні методи дослідження, проведені експериментальну частину і методику дослідження; практичні вирішення конкретних проблем, дослідження дискусійних питань.

В основній частині проводять характеристику об'єкту і предмету дослідження. Виклад матеріалу повинен підпорядковуватися темі дослідження.

Висновки. У висновках необхідно тезово (обсягом до 4 сторінок) викласти основні наукові та практичні результати, одержані студентом у процесі написання курсової роботи (відповідно до поставлених у вступі завдань), що дасть можливість оцінити повноту викладеного предмета дослідження.

Обов'язковими вимогами до них є конкретність і відсутність загальних тверджень.

Список використаної літератури. У списку використаної літератури включають бібліографічний опис усіх літературних джерел, які використовувались при написанні курсової роботи.

Додатки. У додатки включають весь допоміжний матеріал, який був використаний при виконанні роботи. У додатках подають допоміжний матеріал, необхідний для розкриття теми курсової роботи.

3. Правила технічного оформлення курсової роботи

Курсову роботу виконують комп'ютерним друком на одній стороні аркуша формату А4 (210х297 мм) з однаковою щільністю тексту:

- міжрядковий інтервал – 1,5;
- кегль – 14;
- шрифт – Times New Roman;
- відступи (поля): зліва – 30 мм, справа – 10 мм, зверху і внизу – по 20 мм;
- абзацний відступ – 1, 25 мм.

Заголовки структурних частин роботи друкуються великими літерами жирним шрифтом (кегль 14) посередині сторінки, наприклад:

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ДОДАТКИ

Назви *Розділів* також друкують жирним шрифтом великими літерами (кегль 14) посередині сторінки і розміщують так:

РОЗДІЛ 2

МЕДІЙНИЙ ТЕКСТ ЯК ОБ'ЄКТ ВИВЧЕННЯ

Назви підрозділів друкують жирним шрифтом маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу, наприклад:

1.1. Аудіовізуальний текст в системі соціальних комунікацій

Крапку наприкінці заголовків і назв не ставлять. Кожну структурну частину роботи (*Вступ, Розділ, Висновки* та інші) треба розпочинати з нової сторінки.

Нумерація

Нумерацію сторінок роботи подають арабськими цифрами. Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який зараховують до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші номер не ставлять, на інших сторінках номер проставляють у правому нижньому куті сторінки.

Правила цитування використаних джерел та поклики на них

В роботі автор повинен покликатися на джерела, ідеї або цитати, які наводить у дослідженні. Такі покликання дають змогу перевірити самостійну роботу автора і перевірити достовірність використаних відомостей.

Загальні вимоги до цитування

а) текст цитати починається і закінчується лапками та наводиться в тій формі, в якій він поданий у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання;

б) цитування повинно бути повним без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок, автора. За потреби допускається пропуск слів і речень, що при цитуванні позначається трьома крапками у круглих дужках (...).

в) кожна цитату обов'язково має супроводжувати поклики на джерело;

г) при непрямому цитуванні (скороченому викладенні думок інших авторів своїми словами), що дає змогу не надто розбудовувати текст, потрібно бути точним у викладенні думок автора і давати відповідні покликання на використану літературу;

г) якщо автор курсової роботи, наводячи цитату, виділяє в ній деякі слова або робить спеціальні застереження, то він повинен це зазначити, наприклад:

Отже, «Синергетику можна розглядати як тип *інтелектуальної йоги* (курсив наш. – Б. В.)» [7, с. 4].

Під ініціалами зашифровується ім'я та прізвище автора дослідження.

Покликання на наукове джерело оформлюють у квадратних дужках, до яких уписують порядковий номер позиції зі *Списку використаної літератури* і через кому номер сторінки після малої літери "с" наприклад: [25, с. 24].

Якщо треба подати водночас кілька позицій зі *Списку використаної літератури* (у яких, наприклад, викладено схожі думки чи ідеї), можна у квадратних дужках наводити номери цих позицій, розділяючи їх крапкою з комою, наприклад: [7; 27; 30].

Конкретних сторінок із указаних одночасно кількох наукових джерел не наводять, якщо використана в роботі ідея чи думка присутня в наведених працях у цілому, а не на їхніх конкретних сторінках. Якщо ж запозичена ідея має чітку локалізацію, то потрібно зазначати сторінку, на якій вона викладена. Цитати з іншомовної наукової літератури слід подавати в перекладі українською мовою.

4. Бібліографічний опис використаної літератури

Один автор

1. Андріяш В. Державна етнополітика України в умовах глобалізації. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. 328 с.
2. Краснова М. В. Договори в екологічному праві України : навч. посіб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Алерта, 2012. 216 с.
3. Дробот О. В. Професійна свідомість керівника : навч. посіб. Київ : Талком, 2016. 340 с.
4. Романюк А. Порівняльний аналіз політичних систем країн Західної Європи: інституційний вимір. Львів : Тріада плюс, 2004. 392 с.
5. Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації : монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2008. 375 с.

Два автори

1. Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 130 с.

2. Богма О. С., Кисильова І. Ю. Фінанси : конспект лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 102 с.

3. Гура О. І., Гура Т. Є. Психологія управління соціальною організацією : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Херсон : ОЛДІПЛЮС, 2015. 212 с.

4. Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України : монографія. Харків : Еспада, 2004. 192 с.

Три автори

1. Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження : монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків : Право, 2011. 312 с.

2. Кузнєцов М. А., Фоменко К. І., Кузнєцов О. І. Психічні стани студентів у процесі навчально-пізнавальної діяльності : монографія. Харків : ХНПУ, 2015. 338 с.

3. Якобчук В. П., Богоявленська Ю. В., Тищенко С. В. Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 476 с.

4. Zhovinsky E.Ya., Kryuchenko N.O., Paparyha P.S. Geochemistry of Environmental Objects of the Carpathian Biosphere Reserve. Kyiv, 2013. 100 p.

Чотири і більше авторів

1. Прилипко С. М., Ярошенко О. М., Мороз С. В., Малиновська К. А. Укладення трудового договору: теоретико-прикладне дослідження : монографія. Харків : Юрайт, 2013. 288 с.

2. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець та ін. 2-ге вид. Київ : ЦУЛ, 2016. 264 с.

3. Клименко М. І., Панасенко Є. В., Стреляєв Ю. М., Ткаченко І. Г. Варіаційне числення та методи оптимізації : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 84 с.

4. The mutual fund industry: Competition and investor welfare / R. G. Hubbard et. al. New York, NY : Columbia University Press, 2010. 256 p.

Без автора

1. Антологія української літературно-критичної думки першої половини ХХ століття / упоряд. В. Агеєва. Київ : Смолоскип, 2016. 904 с.

2. Експлуатація і технічне обслуговування газорозподільчих станцій магістральних газопроводів / заг. ред. А. А. Руднік. Київ, 2003. 370 с.
3. Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко. 2-ге вид., переробл. і допов. Київ : Генеза, 2004. 736 с.
4. Софія Київська: Візантія. Русь. Україна. Вип. II. Київ, 2012. 464 с.
5. Twenty-four hours a day. Miami, FL : BN Publishing, 2010. 400 p.

Багатотомні видання

1. Енциклопедія історії України : у 10 т. / ред. рада: В. М. Литвин (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2005. Т. 9. 944 с.
2. Закалюк А. П. Курс сучасної української кримінології: теорія і практика : у 3 кн. Київ : Ін Юре, 2007. Кн. 1 : Теоретичні засади та історія української кримінології. 424 с.
3. Кучерявенко Н. П. Курс налогового права : в 6 т. Харьков : Право, 2007. Т. 4 : Особенная часть. Косвенные налоги. 536 с.

Частина видання Книги

1. Алексеев В. М. Правовий статус людини та його реалізація у взаємовідносинах держави та суспільства в державному управлінні в Україні. Теоретичні засади взаємовідносин держави та суспільства в управлінні : монографія. Чернівці, 2012. С. 151–169.
2. Коломоєць Т. О. Адміністративна деліктологія та адміністративна деліктність. Адміністративне право України : підручник / за заг. ред. Т. О. Коломоєць. Київ, 2009. С. 195–197.
3. Наумов М. С. Напрями впливу інтелектуалізації економіки на розвиток ринкових відносин в Україні. Трансформаційні процеси в суспільстві в умовах інформаційної економіки : монографія / В. П. Решетило, М. С. Наумов, Ю. В. Федотова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2014. С. 213–241.

Тези доповідей, матеріали конференцій

1. Антонович М. Жертви геноцидів першої половини XX століття: порівняльно-правовий аналіз. Голодомор 1932- 1933 років: втрати української

нації : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 жовт. 2016 р. Київ, 2017. С. 133–136.

2. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137.

3. Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси світу. Органічне виробництво і продовольча безпека : зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108.

Статті із продовжуваних та періодичних видань

1. Кобильник В. Порівняльний метод як основа політологічного дослідження. Збірник наукових праць «Політологічні студії». 2011. № 2. С. 54–65.

2. Коломоєць Т. О. Оцінні поняття в адміністративному законодавстві України: реалії та перспективи формулювання їх застосування. Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. Запоріжжя, 2017. № 1. С. 36–46.

Електронні ресурси

1. Влада очима історії : фотовиставка. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757&> (дата звернення: 15.11.2017).

2. Мар'їна О. Контент-стратегія бібліотек у цифровому середовищі Бібліотечний вісник. 2016. № 4. С. 8–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2016_4_4 (дата звернення: 26.09.2017).

3. Ганзенко О. О. Основні напрями подолання правового нігілізму в Україні. Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. Запоріжжя, 2015. № 3. – С. 20–27. – URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivvydannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf>. (дата звернення: 15.11.2017).

5. Представлення і захист курсової роботи

Автор підписує курсову роботу на титульному аркуші біля прізвища студента й у визначені терміни подає курсову роботу безпосередньо на кафедру журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю. Приймає і реєструє роботи лаборант, проставляючи в журналі обліку курсових робіт дату її надходження і прізвище студента. Після перевірки роботи науковим керівником її повертають студенту для підготовки до захисту. Роботу, визнану незадовільною, повертають на доопрацювання з урахуванням зауважень. Робота повинна бути перероблена таким чином, щоб не порушувати логічну послідовність викладеного матеріалу і вимоги до оформлення.

Захист курсових робіт проводиться за графіком кафедри перед комісією у складі трьох викладачів. Під час захисту студент коротко доповідає зміст курсової роботи, здійснює презентацію виконаного дослідження, обґрунтовує висновки і пропозиції та відповідає на запитання за темою дослідження. За результатами захисту курсової роботи комісія виставляє студенту оцінку.

Студенти, що не виконали в строк курсову роботу або не захистили її, одержують незадовільну оцінку.

У роботу вкладають бланк рецензії на курсову роботу. Типовий бланк рецензії подано у додатку Д.

5. Критерії оцінювання курсової роботи

Для оцінювання виконаної курсової роботи доцільно керуватись такими критеріями:

- актуальність теми дослідження та відповідність змісту роботи темі дослідження;
- методично-теоретичний рівень курсової роботи;
- уміння професійно викладати матеріал, застосовуючи сучасну термінологію, робити правильні висновки, на їх основі стисло, логічно й аргументовано викладати зміст і результати дослідження, уникати загальних фраз, мовних штамів, стилістичних і граматичних помилок, бездоказових стверджень, повторень, невиправданого збільшення обсягу роботи за рахунок другорядного матеріалу;

- використання наукової літератури;
- творчий підхід виконавця роботи, його вміння неординарно мислити, новаторські підходити до вирішення тих проблем, які стосуються теми дослідження;
- загальний вигляд виконаної роботи (відповідність вимоги щодо оформлення, обсягу, акуратності, грамотності тощо).

Курсова робота, яка відповідає переліченим критеріям, допускається до захисту науковим керівником. Науковий керівник рецензує курсову роботу та зазначає в рецензії переваги й недоліки виконаної курсової роботи.

Оцінюється курсова робота членами комісії після її захисту студентом у балах за національною шкалою, 100-бальною шкалою і шкалою ЄКТС.

Під час оцінювання враховується низка складників, зокрема:

- формулювання об'єкту і предмету дослідження;
- відповідність структурних розділів і параграфів визначеній тематиці та вимогам до зазначеного типу робіт;
- відповідність вимогам щодо оформлення робіт;
- наявність покликань;
- дотримання граматичних і стилістичних правил;
- апробація результатів дослідження.

Результати виконання курсової роботи оцінюються за такою схемою:

Оформлення роботи	Зміст роботи	Захист роботи	Сума
10 балів	30 балів	60 балів	100 балів

Кожен блок оцінюється окремо і додається для виведення підсумкової оцінки. Критерії оцінювання кожного окремого блоку визначаються у методичних рекомендаціях щодо виконання курсових робіт.

Курсова робота оцінюється за стобальною шкалою у такій відповідності:

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою / National grade	Рівень досягнень, % / Marks, %
Національна диференційована шкала	
Відмінно / Excellent	90 – 100
Добре / Good	76 – 89
Задовільно / Satisfactory	60 – 75
Незадовільно / Fail	0 – 59
Шкала ECTS	
A	90 – 100
B	83 – 89
C	76 – 82
D	68 – 75
E	60 – 67
Fx	35 – 59
F	0 – 34

За результатом захисту курсової роботи виставляються оцінки:

- «відмінно» – при дотриманні всіх вимог до написання роботи, вільному володінні опрацьованим матеріалом, глибокому розумінні проблем, поставлених у роботі, вмінні робити висновки та без зауважень виконувати практичні виробничі завдання.
- «добре» – при повному використанні рекомендованої літератури та практичного матеріалу. Допущені незначні помилки в оформленні, не досить глибоке розуміння окремих питань роботи при захисті.
- «задовільно» – при неповному розкритті теми роботи, відсутності практичного

матеріалу, неправильно зроблених висновках. Допущені помилки в оформленні, неповне розуміння теми роботи при її захисті.

– «незадовільно» – тему не розкрито, не використано практичний матеріал, немає зв'язку теорії з практикою, робота без висновків, оформлена з порушенням вимог. Брак знань та практичних навичок з основних питань теми.

6. Додатки

Додаток А.

Тематика курсових робіт

1. Соціальна реклама в Україні: оцінка, зміни, тенденції.
2. Особливості тексту друкованої реклами.
3. Політична реклама в Україні та її особливості.
4. Психологічні механізми реклами – одна з форм впливу на споживача.
5. Порівняльна характеристика ATL і BTL інструментів.
6. Творчість як складова успіху рекламного агентства.
7. Психологія світла, кольору та форми в рекламі.
8. Архетипи в сучасній рекламі.
9. Новітні технології в сучасній Інтернет-рекламі.
10. Маніпуляції в рекламі.
11. Роль та значення реклами у сучасному суспільстві.
12. Мотиви споживачів в сучасній рекламі.
13. Політична реклама в Україні під час президентських виборів.
14. Гендерна реклама.
15. Особливості реклами в пресі.
16. Нейролінгвістичне програмування в сучасній рекламі.
17. Особливості розвитку рекламного ринку в Україні.
18. Планування професійної діяльності в сфері реклами.
19. Створення ефективної реклами з точки зору сприйняття.
20. Види рекламних агентств та особливості їх функціонування.
21. Основні психологічні помилки в сучасній рекламі.

22. Психологія ефективності рекламної кампанії.
23. Розвиток національної реклами після отримання державної незалежності.
24. Партії та партійне будівництво в сучасному українському суспільстві.
25. «Інформаційні війни» та конкурентна боротьба в сфері політичного ПР.
26. Компромат як дієва політична технологія.
27. Роль і місце органів державної влади у передвиборчих процесах.
28. Політична реклама як ефективний засіб передвиборчої боротьби.
29. Креативні політичні технології.
30. Технології формування особистого іміджу.
31. Технології підготовки та проведення публічних виступів
32. Іміджеві виборчі технології: зарубіжний досвід.
33. Формування бренду та його впровадження на українському ринку споживчих товарів і послуг.
34. Аналіз ефективності брендингової політики провідних українських брендів (3–5 брендів на основі технології порівняння).
35. Використання національних ЗМІ в міжнародній рекламі.
36. Психологія світла, кольору та форми в рекламі.
37. Мотиви споживачів в сучасній рекламі.
38. Планування рекламної кампанії.
39. Політика рекламної кампанії.
40. Вибір цілей рекламування та визначення цільової аудиторії.
41. Розробка ефективного рекламного звернення.
42. Ефективність рекламної кампанії.
43. Порівняльна характеристика реклами та стимулювання збуту.
44. Історія виникнення мерчендайзингу.
45. Мерчендайзинг інтернет-магазину.
46. Сучасні інформаційні тренди в комунікаційній кампанії.
47. Фірмовий стиль та його елементи.
48. Паблік рилейшнз і комерційне середовище.

49. Паблік рилейшнз в некомерційних організаціях.
50. Використання паблік рилейшнз на фінансовому ринку.
51. Дослідження механізму паблік рилейшнз в банках.
52. Функції консалтингової структури з паблік рилейшнз.

Додаток Б.

Титульний аркуш курсової роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Реклама та PR»

на тему

«Зовнішньоекономічна реклама»

Студента (-ки) II курсу групи Жс-2020
галузі знань 06 Журналістика
за спеціальністю 061 Журналістика
Петренка Петра Петровича
Керівник:
завідувачка кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю,
к.філол.н., доц. Качмар В.М.

Члени комісії:	Національна шкала _____	
	Кількість балів: __ Оцінка ECTS__	
	_____	_____
	(підпис)	(прізвище й ініціали)
	_____	_____
	(підпис)	(прізвище й ініціали)
	_____	_____
	(підпис)	(прізвище й ініціали)

Івано-Франківськ - 2021

Додаток В.

Взірець оформлення Змісту

ЗМІСТ

ВСТУП.....3

РОЗДІЛ 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ.....	5
1.1. Класифікація реклами.....	5
1.2. Методи оцінки ефективності засобу рекламування.....	10
1.3. Характеристика міжнародного ринку реклами.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «ТІВЕЙ Україна».....	19
2.1. Аналіз відповідності цілей та завдань рекламної діяльності ДП “Тівей Україна” цілям та завданням маркетингу фірми.....	19
2.2. Аналіз витрат на зовнішньоекономічну рекламу ДП “Тівей Україна”.....	21
2.3. Аналіз ефективності витрат на рекламну діяльність ДП ”Тівей Україна”.....	25
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ ПРОГРАМИ ДЛЯ ДП «ТІВЕЙ Україна».....	27
3.1. Планування рекламного бюджету ДП “Тівей Україна”.....	27
3.2. Розрахунки вартості рекламної кампанії ДП “Тівей Україна”.....	30
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	39

Додаток Д

Бланк рецензії

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ І ПРИКЛАДНИХ НАУК

Кафедра журналістики, реклами та зв’язків з громадськістю

РЕЦЕНЗІЯ на курсову роботу з

(назва дисципліни/дисциплін)

Студента (ки) групи _____

(прізвище, ім'я, по батькові студента(ки))

на тему

Позитивні сторони роботи

Зауваження та рекомендації

Роботу виконано на _____ балів і рекомендовано до захисту.

Науковий керівник _____

(прізвище, ім'я, по батькові наукового керівника)

« ____ » _____ 20__ р.