**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «Україна»**

**ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**КАФЕДРА ТУРИЗМУ, ДОКУМЕНТНИХ ТА МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор

з навчально-виховної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.П. Коляда

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОСНОВИ РЕКЛАМНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

освітня програма \_\_\_\_«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»\_\_\_\_

(назва освітньої програми)

освітнього рівня \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_перший (бакалаврський)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва освітнього рівня)

галузь знань \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_02 «Культура і мистецтво»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва галузі знань)

Спеціальність(ності) \_\_029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»\_

(шифр і назва спеціальності(тей))

Інститут філології та масових комунікацій

Обсяг, кредитів: 6

Форма підсумкового контролю: іспит

**Київ 2023**

**Робоча програма** \_\_\_ Основи рекламно-аналітичної діяльності \_

(назва навчальної дисципліни)

для студентів за галуззю знань 02 «Культура і мистецтво», спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа».

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року – 29 с.

**Розробник:** Сазонова Ю.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри туризму, документних та міжкультурних комунікацій Інституту філології та масових комунікацій

**Викладач:** Сазонова Ю.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри туризму, документних та міжкультурних комунікацій Інституту філології та масових комунікацій

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри туризму, документних та міжкультурних комунікацій Інститут філології та масових комунікацій**

Протокол від «» серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри Степанова О.А., доктор культурології, професор.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (підпис) (прізвище та ініціали)

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року

**Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної / наукової) програми *(керівником проектної групи)***

ОСВІТНЬО–ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА затверджена вченою радою протокол №2 від 28 квітня 2017 року

«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

(назва освітньої програми)

«» серпня 2023 року.

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми (керівник проектної групи)

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (підпис) (прізвище таініціали)

**ПРОЛОНГАЦІЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Навчальний рік | 20\_\_\_/20\_\_\_ | 20\_\_\_/20\_\_\_ | 20\_\_\_/20\_\_\_ | 20\_\_\_/20\_\_\_ |
| Дата засідання кафедри / циклової комісії |  |  |  |  |
| № протоколу |  |  |  |  |
| Підпис завідувача кафедри / голови циклової комісії |  |  |  |  |

Матеріали до курсу розміщені на сайті Інтернет-підтримки навчального процесу <http://vo.ukraine.edu.ua/> за адресою:

**Робочу програму перевірено**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 р.

Заступник директора/декана \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (підпис) (прізвище таініціали)

**Зміст**

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Основи рекламно-аналітичної діяльності»………………………………..……………………………………..

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ…………………..

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ, ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ…………………………………

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ……………………………….

4.1. Анотація дисципліни…………………………………………………....

4.2. Структура навчальної дисципліни………………………………….….

4.2.1. Тематичний план………………………………………………...

4.2.2. Навчально-методична картка дисципліни……………………..

4.3. Форми організації занять……………………………………………….

4.3.1. Теми семінарських занять……………………………………….

4.3.2. Теми практичних занять…………………………………………

4.3.3. Теми лабораторних занять………………………………………

4.3.4. Індивідуальні завдання…………………………………………..

4.3.5. Індивідуальна навчально-дослідна робота……………………..

4.3.6. Теми самостійної роботи студентів……………………………..

5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ………………………………………………………..

5.1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної

діяльності……………………………………………………………………...

5.2. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності………………………………………

5.3. Інклюзивні методи навчання…………………………………………….

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ…………………………………………………

6.1. Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів………

6.2. Система оцінювання роботи студентів/аспірантів упродовж

семестру………………………………………………………………………...

6.3. Оцінка за теоретичний і практичний курс: шкала оцінювання національна та ECTS…………………………………………………………..

6.4. Оцінка за екзамен: шкала оцінювання національна та ECTS…………..

6.5. Загальна оцінка з дисципліни: шкала оцінювання національна

та ECTS………………………………………………………………………….

6.6. Розподіл балів, які отримують студенти…………………………………

6.7. Орієнтовний перелік питань до екзамену (заліку)………………………

7. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ……………………………………………….

7.1. Навчально-методичні аудіо- і відеоматеріали, у т.ч. для студентів

з інвалідністю…………………………………………………………………...

7.2. Глосарій (термінологічний словник)……………………………………..

7.3. Рекомендована література………………………………………………....

7.4. Інформаційні ресурси……………………………………………………...

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

 **«ОСНОВИ РЕКЛАМНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників**  | **Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень** | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| ***денна форма навчання*** | ***заочна форма навчання*** |
| Загальний обсяг кредитів – 6 | **Галузь знань**02 Кульура і мистецтво(шифр і назва) | **Вид дисципліни**Загальної підготовки(обов’язкова чи за вибором студента) |
| **Спеціальність** 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа(шифр і назва) | **Цикл підготовки** \_\_\_\_професійний\_\_\_\_\_\_\_(загальний чи професійний) |
| Модулів – 2 | **Спеціалізація**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(назва) | **Рік підготовки:** |
| Змістових модулів – 2 | 3-й | 3-й |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(назва) | **Мова викладання, навчання та оцінювання:**\_\_\_\_українська\_\_\_\_(назва) | **Семестр** |
| Загальний обсяг годин – 180 | 5-й | 5-й |
| **Лекція** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – 1самостійної роботи студента – 6 | **Освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень:**бакалавр | 8 год. | 2 год. |
| **Практичні, семінарські** |
| 8 год. | 2 год. |
| **Лабораторні** |
| 0 год. |  год. |
| **Самостійна робота** |
| 90 год. | 0 год. |
| **Індивідуальні завдання:** 0год. |
| **Вид семестрового контролю: іспит** |

**Примітка**.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання –

для заочної форми навчання –

**2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Метою** курсу «Основи рекламно-аналітичної діяльності» є оволодіння інформаційно-аналітичними технологіями для використання їх у своїй професійній рекламній діяльності.

**Завдання:**

* вивчення прикладних питань інформаційних технологій, можливостей їх використання в процесі рекламної діяльності;
* отримання основних знань про технології баз даних (СКБД). Знання основних архітектур баз даних, вміння використовувати їх можливості при підготовці, розробці та реалізації рекламних заходів;
* вивчення теоретичних основ і отримання практичних навичок роботи з вивчення потенційної рекламної аудиторії, обробці результатів дослідження аудиторії з використанням сучасних статистичних програмних продуктів;
* розгляд прикладних програм які використовуються в рекламних дослідженнях.

**3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ, ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**Знати:**

* необхідний склад інформації та алгоритм вирішення завдань реклами;
* функціональну архітектуру автоматизованих систем обробки даних;
* основні методи аналізу в рекламі.

**Вміти:**

* працювати з прикладними програмами (SPSS, Microsoft Access);
* працювати з пошуковими серверами і інформаційними порталами;
* орієнтуватися в технологіях і стандартах банерної реклами, в роботі мережевих рекламних агентств і мереж банерного обміну;
* володіти навичками вибору цільової групи;
* орієнтуватись в роботі зі спеціалізованими комп'ютерними програмами в рекламній діяльності;
* володіти навичками комерційно-організаційної, проектно-аналітичної діяльності.

**Рядок дисципліни в «Матриці відповідності загальних програмних компетентностей компонентам освітньої програми»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ЗК 1** | **ЗК 2** | **ЗК 3** | **ЗК 4** | **ЗК 5** | **ЗК 7** | **ЗК 8** |
| **ОК 2.12** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** |

**Рядок дисципліни в «Матриці відповідності спеціальних (фахових) програмних компетентностей компонентам освітньої програми»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ФК 3** | **ФК 4** | **ФК 5** | **ФК 7** | **ФК 12** | **ФК 14** | **ФК 15** | **ФК 16** | **ФК 17** |
| **ОК.1.10** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** |

**4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**4.1. Анотація дисципліни**

Вивчення даної дисципліни сприяє вирішенню професійних завдань відповідно до професійною діяльністю.

В результаті вивчення даної дисципліни студенти повинні вміти створювати ефективну комунікаційну інфраструктуру організації, забезпечувати внутрішню і зовнішню комунікації, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації; брати участь у формуванні та підтримці корпоративної культури для інформаційно-аналітичного забезпечення.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування наступних складових у студента: загальнокультурні, володінням основними методами, способами і засобами отримання, зберігання, переробки інформації, має навички роботи з комп'ютером як засобом управління інформацією; здатності працювати з інформацією в глобальних комп'ютерних мережах; професійний аспект вивчення дисципліни спрямований на підготовку, організувати і провести анкетування та опитування думки споживачів і громадської думки; здійснити обробку і підготовку даних для аналізу.

Завданням курсу є формування фундаментальної компетентності студентів в області організації роботи рекламної діяльності та практичної готовності до здійснення інформаційно-аналітичних професійних функцій у сфері реклами.

**Змістовий Модуль 1. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ І ПРИКЛАДНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ**

**Тема 1. Автоматизовані системи обробки даних**

Визначення автоматизованої системи обробки даних. Автоматизовані системи обробки даних, їх можливості при вирішенні завдань реклами. Поняття призначеного для користувача інтерфейсу. Діалогове взаємодія з користувачем.

**Тема 2. Системи управління базами даних**

Моделі баз даних. Архітектура баз даних. Функціональна архітектура автоматизованих систем обробки даних і діалогове взаємодія з користувачем. Реляційні бази даних. Основні поняття. Сучасні підходи до збору, зберігання і використання інформації в сфері бізнесу. Організація call-центрів. CRM - модель ведення бізнесу

**Тема 3.** **Прикладні програми офісного призначення**.

Структура і призначення програмного забезпечення. Класифікація програмних додатків. Етапи проектування бази даних в Microsoft Access. Типи міжтабличних зв'язків в Microsoft Access. Текстовий редактор, бази даних, електронні таблиці, засоби підготовки презентацій і видань. Автоматизовані системи обробки даних, їх можливості при вирішенні завдань реклами. Складові документи. Інтеграція додатків.

**Тема 4.** **Програмне забезпечення для рекламних досліджень**

Програмне забезпечення для збору рекламної інформації. Програмне забезпечення для аналізу рекламної інформації. Програмне забезпечення для медіадосліджень і медіапланування. Застосування пакета статистичного аналізу SPSS в рекламних досліджень.

**Змістовий Модуль 2. ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ В РЕКЛАМІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Тема 5. Реклама в списках розсилки і телеконференціях**

Банер - основна рекламний носій. Ефективність банера. Форми оплати за банерну рекламу. Реклама в текстових блоках. Орієнтування реклами в Internet.

**Тема 6.** **Ефективність Інтернет-реклами**

Рівні оцінки ефективності Інтернет-реклами. Управління взаємодією з користувачами Інтернету. Цінові схеми розміщення реклами. Оцінка ефективності рекламної кампанії.

**Тема 7** **Аналітична діяльність в системі управління, прийняття рішень і зав’язків з громадськістю**

Роль аналізу ситуації в управлінні суспільними процесами, формуванні і функціонуванні комунікаційного простору. Основні рівні аналізу. Види ситуаційного аналізу і їх характеристика. Горизонтальний і вертикальний аналіз, діагностичний і прогнозний, загальний і фрагментарний.

**Міжпредметні зв’язки:** Спічрайтинг та референтна справа, іміджелогія.

**4.2. Структура навчальної дисципліни**

**4.2.1. Тематичний план**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Розподіл годин між видами робіт | Форми та методи контролю знань |
| денна форма | заочна форма |
| Усього | аудиторна | с.р. | Усього | аудиторна | с.р. |
| у тому числі | у тому числі |
| л | сем | пр | лаб | інд | л | сем | пр | лаб | інд |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| **Модуль 1 ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ І ПРИКЛАДНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ** |  |
|  |
| Тема 1. Автоматизовані системи обробки даних | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР:ІР: |
| Тема 2. Системи управління базами даних | 3 | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР: |
| Тема 3. Прикладні програми офісного призначення | 1 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР:ІР: |
| Тема 4. Програмне забезпечення для рекламних досліджень | 3 | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР:ІР: |
| Модульний контроль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ІНДЗ |
| Разом за змістовим модулем 1 | 8 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Змістовий модуль 2.** **ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ В РЕКЛАМІЙ ДІЯЛЬНОСТІ** |  |
| Тема 5. Реклама в списках розсилки і телеконференціях | 2 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР: |
| Тема 6. Ефективність Інтернет-реклами | 3 | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР: |
| Тема 7. Аналітична діяльність в системі управління, прийняття рішень і зав’язків з громадськістю | 3 | 1 | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | АР:СР:ІР: |
| Модульний контроль |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| ІНДЗ |

 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 8 | 4 | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Усього годин**  | 16 | 8 | 8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Примітки.***1. Слід зазначати також теми, винесені на самостійне вивчення. 2. АР – аудиторна робота, СР – самостійна робота, ІНДЗ – індивідуальне завдання. 3. Можуть застосовуватися такі форми і методи контролю знань, як опитування, письмове завдання для самостійного опрацювання, реферат, співбесіда, огляд додаткової літератури, підготовка та проведення презентації, складання кросворду за основними термінами теми, контрольна робота, письмове тестування, експрес-тестування, комп’ютерне тестування тощо, а також наведені в розділі ІІ таблиці пункту 11.1.*

***Приклад***

**4.2.2. Навчально-методична картка дисципліни: Вступ до спеціальності**

**Разом**: 19 **год**., лекції – 8 год., практичні заняття – 8 год., підсумковий контроль – 3 год.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Заняття** | **Тема** | **Самостійна робота, кількість балів** |
| **Змістовний модуль 1. Інформаційні технології і прикладне програмне забезпечення аналітичної роботи** | 35 |
| Лекція 1 | Тема 1. Автоматизовані системи обробки даних |  |
| Практичне 1 | Автоматизовані системи обробки даних | 5 |
| Лекція 2 | Тема 2. Системи управління базами даних |  |
| Практичне 2 | Системи управління базами даних | 5 |
| Лекція 3 | Тема 3. Прикладні програми офісного призначення. |  |
| Практичне 3 | Прикладні програми офісного призначення. | 5 |
| Лекція 4 | Тема 4. Програмне забезпечення для рекламних досліджень |  |
| Практичне 4 | Програмне забезпечення для рекламних досліджень | 5 |
| Види поточного контролю | ІНДЗ | 25 |
| **Змістовний модуль 2. Інтернет технології аналітичної роботи в рекламній діяльності** | 25 |
| Лекція 5 | Тема 5. Реклама в списках розсилки і телеконференціях |  |
| Практичне 5 | Реклама в списках розсилки і телеконференціях | 5 |
| Лекція 6 | Тема 6. Ефективність Інтернет-реклами |  |
| Практичне 6 | Ефективність Інтернет-реклами | 5 |
| Лекція 7 | Тема 7 Аналітична діяльність в системі управління, прийняття рішень і зав’язків з громадськістю |  |
| Практичне 7 | Аналітична діяльність в системі управління, прийняття рішень і зав’язків з громадськістю | 5 |
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота  | 10 |
| Підсумковий контроль | Іспит | 40 |
|  | Всього: | 100 |

**4.3. Форми організації занять**

**4.3.1. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Заняття** | **Тема** | **кількість год** |
| **Змістовний модуль 1. Інформаційні технології і прикладне програмне забезпечення аналітичної роботи** | 5 |
| Практичне 1 | Автоматизовані системи обробки даних | 1 |
| Практичне 2 | Системи управління базами даних | 2 |
| Практичне 3 | Прикладні програми офісного призначення. | 1 |
| Практичне 4 | Програмне забезпечення для рекламних досліджень | 1 |
| **Змістовний модуль 2. Інтернет технології аналітичної роботи в рекламній діяльності** | 3 |
| Практичне 5 | Реклама в списках розсилки і телеконференціях | 1 |
| Практичне 6 | Ефективність Інтернет-реклами | 1 |
| Практичне 7 | Аналітична діяльність в системі управління, прийняття рішень і зав’язків з громадськістю | 1 |
|  | Всього: | 8 |

**4.3.2. Індивідуальна навчально-дослідна робота**

**(навчальний проект)**

***Індивідуальна навчально-дослідна робота(ІНДР)*** є видом позааудиторної індивідуальної діяльності студента, результати якої використовуються у процесі вивчення програмового матеріалу навчальної дисципліни. Завершується виконання студентами ІНДР прилюдним захистом навчального проекту.

***Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)*** з курсу – це вид науково-дослідної роботи студента, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

***Мета ІНДЗ:*** самостійне вивчення частини програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

***Зміст ІНДЗ:*** завершена теоретична або практична робота у межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час Лекція, семінарських, практичних та лабораторних занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчального курсу.

Варіант індивідуального навчально-дослідного завдання студента відповідає порядковому номеру, під яким записано його прізвище у журналі академічної групи (№). За своїм варіантом у табл. 1 студент знаходить завдання.

**На задану тему аргументувати та довести свою позицію (реферат)**

1. Особливості теоретичного і прикладного аналізу.
2. Перспективні методи аналізу.
3. Межі ефективності аналізу.
4. Система і основні інструменти її опису в ході аналітичного дослідження.
5. Принципи організації порівняльного аналізу.
6. Проблеми порівняння і способи зменшення їх впливу на результати порівняльного аналізу.
7. Проблема співвідношення проблемного і ситуаційного ракурсів аналізу.
8. Становлення прогнозування як галузі наукових знань
9. Основні принципи і функції прогнозування
10. Проблема верифіковані в прогнозуванні.
11. Структура, фази аналізу і їх зміст
12. Основні види аналізу
13. Принципи системного аналізу
14. Основні принципи когнітивного підходу
15. Теорія раціонального вибору і її можливості як інструменту аналізу
16. Етап підготовки аналітичного звіту: основні розділи та вимоги до складання

**Вимоги до оформлення контрольної роботи**

Текст роботи виконується комп’ютерним набором (на сторінках формату А4, шрифтом Times New Roman, розмір символів 14пт, поля стандартні, міжрядковий інтервал 1,5) чітко, розбірливо, грамотно без виправлень. Всі сторінки (листи) роботи, крім першого і останнього, слід пронумерувати в правому верхньому кутку.

Перший лист – титульний (додаток №1), останній – чистий, на якому викладач напише рецензію на роботу.

На передостанній сторінці (листі) роботи необхідно розмістити список використаної літератури, при формуванні якого потрібно дотримуватись правил, затверджених ДСТом 6.10.1-88.

Після списку літератури слід вказати дату закінчення роботи і поставити свій підпис.

*\*Студент з дозволу викладача має право обрати тему за межами зазначених у варіантах індивідуального завдання.*

**Структура та зміст індивідуального навчально-дослідного завдання**

**Критерії оцінювання ІНДЗ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** **з/п** | **Критерії оцінювання роботи** | **Максимальна кількість балів за кожним критерієм** |
| 1. | Обґрунтування актуальності, формулювання мети, завдань та визначення методів дослідження  | 2 бали |
| 2.  | 2. Складання плану реферату  | 1 бал |
| 3. | Дотримання вимог щодо технічного оформлення структурних елементів роботи (титульний аркуш, план, вступ, основна частина, висновки, додатки (якщо вони є), список використаних джерел, посилання. Дотримання правил реферування наукових публікацій | 2 бали |
| 4. | Захист роботи | 5 балів |
| **Разом** | **10 балів** |

**Оцінка за ІНДЗ: шкала оцінювання національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оцінка за 100-бальною системою** | **Оцінка за національною шкалою** | **Оцінка за шкалою ECTS** |
| 24-30 та більше | відмінно | 5 | A | відмінно |
| 16-23 | добре | 4 | BС | добре |
| 8-15 | задовільно | 3 | DЕ | задовільно  |
| 0 – 7 | незадовільно | 2 | FX | незадовільно з можливістю повторного виконання/доопрацювання |

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль та теми курсу | Академічний контроль | Бали | Термінвиконання (тижні) |
| **Змістовний модуль 1. Інформаційні технології і прикладне програмне забезпечення аналітичної роботи** |
| Тема 1. Автоматизовані системи обробки даних | Практичне заняття, самостійна робота студента | 10 | І-ІІ |
| Тема 2. Системи управління базами даних | Практичне заняття, самостійна робота студента, ІНДЗ | 25 | ІІ-ІІІ |
| *Всього: 30 год.* | *Всього: 35 балів* |
| **Змістовний модуль 2. Інтернет технології аналітичної роботи в рекламній діяльності** |
| Тема 3. Реклама в списках розсилки і телеконференціях | Практичне заняття, самостійна робота студента | 10 | ІV-V |
| Тема 4. Ефективність Інтернет-реклами | Практичне заняття, самостійна робота студента, модульна контрольна робота  | 15 | V-VІІ |
| *Всього: 30 год.* | *Всього: 60 балів* |
|  | семестровий залік | *40* | VІІІ |
| ***Разом: 60 год.*** | ***Разом: 100 балів*** |

**5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

**5.1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності**

**Лекції**: докладне викладення навчального матеріалу із застосуванням мультимедійного проектору, оглядові лекції з використанням опорного конспекту, лекції-дискусії, лекції з помилками тощо.

**Практичні заняття**: вирішення багатоваріантних задач на основі розрахунків на прикладі найпростіших завдань, розв'язання тестових завдань, представлення студентами доповідей за індивідуальними темами, написання модульних контролів, робота над індивідуальними завданнями.

**Метод контролю**: тестування, співбесіда з проблемних питань, вирішення ситуаційних завдань, виконання практичних творчих завдань з питань організації та розвитку бізнесу, розв’язання задач, написання рефератів, підготовка докладів тощо.

**5.2. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:**

***Методи стимулювання інтересу до навчання:*** навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), перегляд відеооглядів інновацій в сфері туризму.

**5.3. Інклюзивні методи навчання**

**Методи формування свідомості** - це методи різнобічного впливу на свідомість, почуття і волю з метою формування поглядів і переконань. До них належать бесіда, лекція, диспут і метод прикладу.

**Бесіда**. Її особливість у тому, що педагог, спираючись на наявні у студентів знання, моральні, етичні норми, підводить їх до засвоєння нових. Для успішного проведення бесіди потрібне обгрунтування актуальності теми; формулювання питань, які спонукають до розмови; спрямування розмови у потрібному напрямі; залучення студентів до оцінювання подій, вчинків і явищ суспільного життя. Це сприяє формуванню у них відповідного ставлення до дійсності, до своїх моральних і громадських обов'язків. Важливим є підсумування розмови, прийняття конкретної раціональної програми дій для втілення її в життя.

Дещо складнішою для педагога є **індивідуальна бесіда**, мета якої в тому, щоб викликати співрозмовника на відвертість. Педагог має дбати про те, щоб пропоновані моральні сентенції (судження) студент не лише усвідомив, а й пропустив через свій внутрішній світ, тобто пережив. Цього можна досягти, наводячи переконливі приклади.

**Лекція**. ЇЇ сутність - у послідовному, систематичному викладенні певної проблеми. Лекція може мати епізодичний характер або належати до певного тематичного циклу, кіно-лекторію. Успіх її залежить від добре продуманої композиційної побудови, вдало дібраних переконливих аргументів, необхідних для оцінювання подій і фактів, особистих якостей лектора, його здатності володіти спеціальними психологічними прийомами.

**Диспут**. Як метод формування свідомості особистості передбачає вільний, невимушений обмін думками, колективне обговорення різноманітних питань. Під час диспуту його учасники обстоюють свою позицію, переконуються в правильності чи помилковості своїх поглядів. Розкриваються їх ерудиція, культура мовлення, логічне мислення. Тематику диспутів слід добирати так, щоб спонукати учасників до роздумів над серйозними світоглядними питаннями: про мету життя, щастя, обов'язок людини перед суспільством та ін. На диспуті можна обговорювати й факти з життя групи, виробничого колективу, літературний твір, газетну чи журнальну статтю, актуальну проблему. Питання диспуту мають зацікавити, змусити замислитися над суттю проблеми, сприяти формуванню власного ставлення до неї.

Метою диспуту є не прийняття остаточних рішень, а надання його учасникам можливостей для самостійного аналізу проблеми, аргументації власних поглядів, спростування хибних аргументів інших.

**6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Навчальна дисципліна оцінюється за модульно-рейтинговою системою. Вона складається з 2-х модулів.

Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100 бальною шкалою в кожному семестрі окремо.

За результатами поточного, модульного та семестрового контролів виставляється підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS.

Модульний контроль: кількість балів, які необхідні для отримання відповідної оцінки за кожен змістовий модуль упродовж семестру.

Семестровий (підсумковий) контроль: виставлення семестрової оцінки студентам, які опрацювали теоретичні теми, практично засвоїли їх і мають позитивні результати, набрали необхідну кількість балів.

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано в таблиці нижче.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп’ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: екзамени.

**6.1. Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оцінка** | **Критерії оцінювання** |
| ***«відмінно»*** | Ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності в розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь. |
| ***«добре»*** | Ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки. |
| ***«задовільно»*** | Ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність із основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою. Можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача. |
| ***«незадовільно»*** | Виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення закладу вищої освіти без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни. |

**6.2. Система оцінювання роботи студентів упродовж семестру**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид діяльності студента** | **Максимальна кількість балів за одиницю** |
| **І. Обов’язкові** |
| 1.1. Відвідування лекцій | Не передбач. |
| 1.2. Відвідування практичних занять | Не передбач. |
| 1.3. Робота на практичному занятті | 5 |
| 1.4. Виконання завдань для самостійної роботи |
| 1.5. Виконання модульної роботи | Не передбач. |
| 1.6. Виконання ІНДЗ | 15 |
| **Разом: 60** |
| Максимальна кількість балів за обов’язкові види роботи: 60 |
|

|  |
| --- |
| Всього балів за теоретичний і практичний курс: 60 |

 |
| **ІІ. Додаткові** |
| Виконання завдань для самостійного опрацювання |
| 2.1. Підготовка наукової статті з будь-якої теми курсу | 10 |
| 2.2. Підготовка конкурсної наукової роботи з будь-якої теми курсу | 10 |
| 2.5. Участь у науковій студентській конференції | 5 |
| **Разом: 25** |
| Максимальна кількість балів за додаткові види роботи: 25 |
| Всього балів за теоретичний і практичний курс: 60 |

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

* своєчасність виконання навчальних завдань;
* повний обсяг їх виконання;
* якість виконання навчальних завдань;
* самостійність виконання;
* творчий підхід у виконанні завдань;
* ініціативність у навчальній діяльності.

**6.3. Оцінка за теоретичний і практичний курс: шкала оцінювання національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оцінка за 100-бальною системою** | **Оцінка за національною шкалою** | **Оцінка за шкалою ECTS** |
| **54 – 60 та більше** | *відмінно* | **5** | **A** | *відмінно* |
| **45 – 53** | *добре* | **4** | **BС** | *добре* |
| **36 – 44** | *задовільно* | **3** | **DЕ** | *задовільно*  |
| **21 – 35** | *незадовільно* | **2** | **FX** | *незадовільно з можливістю повторного складання* |
| **1 – 20** | **2** | **F** | *незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни* |

**6.4. Оцінка за залік: шкала оцінювання національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оцінка за 100-бальною системою** | **Оцінка за національною шкалою** | **Оцінка за шкалою ECTS** |
| **36 – 40 та більше** | *відмінно* | **5** | **A** | *відмінно* |
| **30 – 35** | *добре* | **4** | **BС** | *добре* |
| **24 – 29** | *задовільно* | **3** | **DЕ** | *задовільно* |
| **14 – 23** | *незадовільно* | **2** | **FX** | *незадовільно з можливістю повторного складання* |
| **1 – 13** | **2** | **F** | *незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни* |

**6.5. Загальна оцінка з дисципліни: шкала оцінювання національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оцінка за 100-бальною системою** | **Оцінка за національною шкалою** | **Оцінка за шкалою ECTS** |
| **екзамен** | **залік** |
| **90 – 100** | *відмінно* | **5** | *зараховано* | **A** | *відмінно* |
| **82 – 89** | *добре* | **4** | **B** | *добре (дуже добре)* |
| **75 – 81** | *добре* | **4** | **C** | *добре*  |
| **64 – 74** | *задовільно* | **3** | **D** | *задовільно*  |
| **60 – 63** | *задовільно* | **3** | **Е** | *задовільно (достатньо)*  |
| **35 – 59** | *незадовільно* | **2** | *не зараховано* | **FX** | *незадовільно з можливістю повторного складання* |
| **1 – 34** | *незадовільно* | **2** | **F** | *незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни* |

**6.6. Розподіл балів, які отримують студенти**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Поточне тестування та самостійна робота | Разом | Залік | Сума |
| Змістовий модуль №1 | Змістовий модуль № 2 |
| Тема 1. Поняття про аргументацію. Складники та контекст аргументації. Алгоритм аналізу аргументації. | Тема 2. Аргументація в дисципліні, загальна характеристика. | Тема 3. Вербальний та невербальний прийоми впливу. | Тема 4. Правила та помилки в суперечці. | 60 | 40 | 100 |
| 10 | 25 | 10 | 15 |

**6.7. ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА ПИТАНЬ ДО ІСПИТУ (заліку)**

1. Інформаційна база рекламних досліджень.
2. Автоматизоване робоче місце фахівця.
3. Автоматизована система обробки даних.
4. Автоматизована система управління.
5. Функціональна архітектура автоматизованих систем обробки даних.
6. Моделі баз даних. Архітектура баз даних.
7. Реляційні бази даних.
8. Етапи проектування бази даних MicrosoftAccess.
9. Типи міжтабличних зв'язків в MicrosoftAccess.
10. Бази даних та інформаційні сховища - розробка і практичне використання в рекламі.
11. Використання баз даних та з метою інформаційного забезпечення рекламної діяльності фірми.
12. Програмне забезпечення для збору рекламної інформації
13. Програмне забезпечення для аналізу рекламної інформації
14. Програмне забезпечення для медіадосліджень і медіапланування
15. Застосування пакета статистичного аналізу SPSS в рекламних дослідженнях.
16. Сучасні системи проектування опитувань.
17. Програмні пакети призначені для обробки результатів анкетування.
18. Способи введення даних анкетування в SPSS.
19. SPSS в області візуалізації результатів розрахунків.
20. Інформаційно-аналітичні системи в Інтернеті.
21. Ефективність реклами в Інтернеті.

**ПРИКЛАД БІЛЕТУ ДО ЕКЗАМЕНУ**

***Форма***

|  |
| --- |
| Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»КАФЕДРА / ЦИКЛОВА КОМІСІЯ туризму, документних та міжкультурних комунікацій\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень: \_\_\_\_\_бакалавр\_\_\_\_\_\_ Усі спеціальності / спеціальність \_029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Семестр: осінній / веснянийНавчальна дисципліна: Основи рекламно-аналітичної діяльності**ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1**1. Інформаційна база рекламних досліджень
2. Сучасні системи проектування опитувань

Затверджено на засіданні кафедри /циклової комісії туризму, документних та міжкультурних комунікаційПротокол № 1 від «» серпня 2023 року.Завідувач кафедри / голова циклової комісії \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_О.А. Степанова (підпис) (ПІБ)Екзаменатор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис) (посада, ПІБ) |

**7. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

1. Опорний конспект лекцій

2. Електронний навчально-методичний комплекс дисципліни на платформі Інтернет-підтримки дистанційного навчання Moodle.

3. Контрольні питання з курсу.

4. Індивідуальні завдання для проведення поточного модульного контролю з дисципліни.

**Для інклюзивного навчання:**

 *Застосування диференційованого підходу до процесу навчання й оцінювання знань, умінь і здібностей студентів з інвалідністю.*

Диференційоване викладання передбачає створення навчального середовища та організацію навчального процесу таким чином, щоб забезпечити успішне опановування дисципліни студентами з різними освітніми потребами (з порушеннями психофізичного розвитку, з обдарованістю, з різних культур).

Основоположним принципом диференційованого викладання є застосування різноманітних форм організації навчального процесу.

1. Електронний навчально-методичний комплекс дисципліни на платформі Інтернет-підтримки дистанційного та відкритого навчання Moodle.

2. Адаптованіконтрольні питання з курсу.

3. Адаптовані індивідуальні завдання для проведення поточного модульного контролю з дисципліни.

4. Адаптовані мультимедійні презентації з курсу

**7.2. Глосарій**

**(термінологічний словник)**

Аналіз - поділ об'єкта (подумки чи реально) на складові частини з метою їх окремого вивчення.

Гіпотеза — це науково обґрунтоване припущення про можливі зв'язки, відносини, причини явищ.

Порівняння – це процес зіставлення предметів або явищ дійсності з метою установлення схожості чи відмінності між ними, а також знаходження загального, притаманного, що може бути властивим двом або кільком об ́єктам дослідження.

Узагальнення – логічний процес переходу від одиничного до загального чи від менш загального до більш загального знання, а також продукт розумової діяльності, форма відображення загальних ознак і якостей об ́єктивних явищ.

Контент-аналіз(англ. Content — зміст) — це формалізований метод інтерпретації текстів.

Спостереження – це систематичне цілеспрямоване, спеціально організоване сприймання предметів і явищ об’єктивної дійсності, які виступають об ́єктами дослідження

Інформативний реферат - містить аргументи й наводить основні дані та висновки оригінальних документів, які вносять цінний вклад у загальну систему знань або корисні для певного кола читачів.

Індикативний реферат - це стислий реферат, створений з метою допомогти читачеві у вирішенні питання, чи слід йому звертатися до оригінального документа.

Реферування - це інтелектуальний творчий процес, що потребує осмислення, аналітико-синтетичної переробки інформації та створення нового документа – реферату, котрий має специфічну мовно-стилістичну форму.

Аналітичний огляд - це вторинний синтезований текст, в якому подано зведену характеристику певного питання чи проблеми, що базується на використанні інформації, отриманої з ряду першоджерел за певний проміжок часу.

Огляд обґрунтування призначається для доведення необхідності й доцільності проведення конкретного дослідження або розробки, вибору оптимальних шляхів (напрямів, методики, принципового рішення), організації і планування роботи.

Оглядова доповідь містить відомості про окремі аспекти стану науково-практичних напрямів, проблем, об'єктів, організацій тощо. Вона має суттєве значення для оцінки поточних змін стану питання (проблеми, теми), що розглядається.

Бібліографічний огляд - це огляд, який містить зв'язну і послідовну бібліографічну характеристику сукупності документних джерел з певного питання (проблеми, теми), що вийшли за певний період часу, а також бібліографічні описи цих документів. Бібліографічний огляд містить зведену характеристику документів, виконану на основі документографічного аналізу. У бібліографічному огляді подають узагальнений опис змістових елементів, а також наводять формальні ознаки, характерні для цих видань.

Огляд стану питання - це огляд, що містить систематизовану й узагальнену інформацію про стан наукової розробки і практичної реалізації, тенденції розвитку питання, що розглядається (сфери науки або техніки, галузі, підгалузі, проблеми, питання, об'єкта, організації і т. ін.).

Аналітичний прогноз містить аналіз інформації, яка відображає характер змін стану досліджуваного об'єкта (його структури, найважливіших показників і чинників, що визначають його розвиток), з метою виявлення закономірностей розвитку об'єкта, необхідних для проведення робіт з прогнозування. Цей огляд базується на аналізі первинних документів глибокої ретроспективи.

Аналітичний звіт про діяльність розпочинається з анотації або реферата з коротким викладом завдання дослідження та отриманих результатів і зі вступу, в якому характеризуються вітчизняні й зарубіжні досягнення з досліджуваної проблеми.

Аналітичні документимістять нову узагальнену інформацію, отриману в результаті всебічного, глибокого і критичного аналізу первинних документів, аргументовану оцінку стану і тенденцій розвитку проблеми, що розглядається.

Параметри інформації – характеристики, з допомогою яких оцінюються інформаційні ресурси.

**7.2 Основна література**

1. Демешко І. М. Інформаційно-аналітична діяльність : [навч. посіб.] / І. М. Демешко. - 2-е вид., випр. і допов. - Кіровоград : Александрова М. В., 2016. - 299 с.
2. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підруч. для студентів, які навчаються за спец. "Маркетинг" / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна ; [відп. ред. С. В. Войтко] ; Нац. техн. ун-т України "Київ. політехн. ін-т ім. Ігоря Сікорського". - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2018. - 298 с
3. Зоріна О. І. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, А. О. Дергоусова ; за ред. О. І. Зоріної ; Укр. держ. ун-т залізн. трансп. - Харків : УкрДУЗТ, 2015. - 258 с.
4. Зосімова А. В. Інформаційно-аналітичне забезпечення [оцінювання](https://vo.uu.edu.ua/mod/page/view.php?id=290994) зовнішньоекономічної діяльності з позицій конкурентоспроможності підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Зосімова Анастасія Володимирівна ; Харків. нац. екон. ун-т ім. Семена Кузнеця. - Харків, 2018. - 20 с.
5. Іщенко В. С. Формування аналітичної компетентності майбутніх фахівців з документознавства та інформаційної діяльності у процесі вивчення фахових дисциплін : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Іщенко Вікторія Сергіївна ; Держ. закл. "Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка". - Старобільськ, 2018. - 20 с
6. Ковальчук Т. Т. Сучасний інформаційний ринок. – К.: Знання, 2011. – 255с.
7. Комп'ютерне моделювання інформаційно-аналітичних систем / О. Г. Додонов [та ін.] ; НАН України, Ін-т проблем реєстрації інформації. - Київ : ІПРІ НАН України, 2017. - 238 с. :
8. Корпоративний блог як сучасний спосіб реклами й модифікації іміджу бібліотеки : [навч. посіб.] / Басов В. Є. [та ін.] ; Одес. нац. акад. зв'язку ім. О. С. Попова. - Одесса : ТЕС, 2018. - 103 с.
9. Кутуза Н. В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвистичний аспект : монографія / Н. В. Кутуза ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. - Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2018. - 733 с.
10. Морохова В. О. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Морохова, О. В. Бойко, І. Ф. Лорві ; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : Вежа-Друк, 2018. - 233 с
11. Реклама та зв'язки з громадскістю. Огляди. Дослідження : монографія / [С. В. Безчотнікова та ін. ; уклад. і наук. ред. С. В. Безчотнікова]. - Київ : Академвидав, 2017. - 203 с.
12. [Хавкіна Л. Сучасний український рекламний міф](https://vo.uu.edu.ua/mod/url/view.php?id=291027). Монографія. - Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. — 352 с.
13. Яненко, Я.В.Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія / Я. В. Яненко ; Сум. держ. ун-т. - Суми : Сумський державний університет, 2018. - 299 с.
14. Яцюк, Д. В. Реклама в інтернеті : навч. посіб. / Д. В. Яцюк ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : Київ. нац. екон.-торг. ун-т, 2018. - 295 с.

**7.3 Додаткова література**

1. Закалик, Г. М. Психологія інновацій та реклами : навч. посіб. / Г. М. Закалик, Н. В. Партико ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. - 247 с
2. Ковальчук Т. Т. Сучасний інформаційний ринок. – К.: Знання, 2011. – 255с.
3. Морохова, В. О. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Морохова, О. В. Бойко, І. Ф. Лорві ; Луц. нац. техн. ун-т. - Луцьк : Вежа-Друк, 2018. - 233 с
4. Настенко Л.Г., Свердлик З.М. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців з документознавства та інформаційної діяльності // Інформація, комунікація, суспільство 2017 : міжнар. наук. конф. ІКС-2017 (18–21 травня 2017 р, м. Львів). Л. : Вид-во Львівської політехніки, 2017. С. 342–343
5. Реклама та зв'язки з громадскістю. Огляди. Дослідження : монографія / [С. В. Безчотнікова та ін. ; уклад. і наук. ред. С. В. Безчотнікова]. - Київ : Академвидав, 2017. - 203 с.
6. Яненко, Я.В.Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія / Я. В. Яненко ; Сум. держ. ун-т. - Суми : Сумський державний університет, 2018. - 299 с.

# 8. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Форми занять** | **Наявне матеріально-технічне забезпечення** | **Необхідне** **матеріально-технічне забезпечення** |
| Лекція | ноутбук, планшет, смартфон, наочні та роздаткові матеріали | ноутбук, екран, проектор, колонки, приміщення з доступом до Інтернету, подовжувач |
| Практичне заняття | ноутбук, планшет, смартфон, наочні та роздаткові матеріали | ноутбук, екран, проектор, колонки, приміщення з доступом до Інтернету, подовжувач |