

**Київський університет імені Бориса Грінченка**

**Інститут журналістики**

*Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю*

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ**  
**з дисципліни «Реклама і PR в гуманітарній сфері»**

**Курс III (5 семестр)**

**Спеціальність:** 061 Журналістика

**Освітня програма:** 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

**Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:**

- PR у гуманітарній сфері (3 кредити);
- Соціальна реклама (2 кредити);
- Реклама та PR-у шоу-бізнесі та кіноіндустрії (2 кредити).

**Форма проведення:** захист авторського соціально-гуманітарного проєкту з розробкою і демонстрацією креативних продуктів для його промоції.

**Тривалість проведення:** презентація і захист одного проєкту – до 7-10 хв.

**Максимальна кількість балів - 40 балів**

**Критерії оцінювання:** підсумковий проєкт є завершальним етапом вивчення трьох змістових модулів навчальної дисципліни «Реклама і PR у гуманітарній сфері». Він має бути самостійно виконаним з чітко визначеною метою та завданнями, результати роботи над якими представлені у змісті проєкту. Студент має продемонструвати свої вміння застосовувати здобуті в процесі вивчення дисципліни знання для розв'язання практичних завдань, наявність здобутих професійних компетентностей, здатність критично та креативно мислити, вміння аргументувати власні позиції щодо виконаного проєкту. Оцінювання якості виконання та публічного захисту проводиться в таких межах:

- обґрунтування проєкту – 5 балів;
- зміст, розроблені рекламні та PR-продукти, якість оформлення презентації - 25 балів;
- публічний захист (презентація проєкту у форматі Power Point та відповіді автора на запитання) – 10 балів.

## **Орієнтований перелік креативних ідей для авторського проєкту:**

1. Концептуальне розроблення ідеї нетрадиційного музею та його промоція засобами реклами і PR.
2. Концептуальне розроблення ідеї паркової зони та її промоція засобами реклами і PR.
3. Концептуальне розроблення ідеї інноваційної бібліотеки та її промоція засобами реклами і PR.
4. Концептуальне розроблення ідеї клубу сімейного дозвілля та його промоція засобами реклами і PR.
5. Концептуальне розроблення ідеї центру для людей золотого віку та його промоція засобами реклами і PR.
6. Концептуальне розроблення ідеї нового мистецького закладу та його промоція засобами реклами і PR.
7. Концептуальне розроблення ідеї культурно-інформаційного центру (центру комунікації) та його промоція засобами реклами і PR.
8. Комплекс промо-заходів для популяризації неолімпійських видів спорту в Україні.
9. Комплекс промо-заходів для популяризації параолімпійського спорту (Ігри нескорених) в Україні.
10. Розроблення концепції фестивалю творчості людей з особливими потребами, його промоція засобами реклами і PR.
11. Розроблення концепції нового фестивалю, його промоція засобами реклами і PR.
12. PR-кампанія з відзначення 150-річчя від дня народження Лесі Українки на регіональному рівні (врахування соціального компоненту (інвалідність)).
13. PR-кампанія з відзначення 155 років від дня заснування Національної бібліотеки України ім. Ярослава Мудрого (1866).
14. PR-кампанія з відзначення 20-річчя створення Вікіпедії.
15. PR-кампанія ювілейного року - 90 років від дня народження українського композитора Олександра Білаша.
16. PR-кампанія ювілейного року - 100 років від дня народження українського поета Дмитра Луценка.
17. PR-кампанія ювілейного року - 80 років від дня народження українського актора Богдана Ступки (Івана Миколайчука).
18. PR-кампанія ювілейного року - 85 річчя від дня народження Юрія Іллєнка, українського кінорежисера, кінооператора і сценариста.
19. PR-кампанія ювілейного року - 130 років від дня народження Михайла Булгакова.

- 20.Комплекс промо-заходів для підвищення туристичної привабливості міста (регіону) (можливо, рідного міста студента), створення візуального образу, розроблення слогану.
- 21.Концепція он-лайн фестивалю молодіжної музики (положення, умови, промоція).
- 22.Розроблення концепції та плану промоції авто кінотеатру (цільова аудиторія, репертуарна політика, локація, засоби реклами).
- 23.Розроблення рекламної кампанії нового фільму (історичного, анімаційного, молодіжної комедії з елементами хорору тощо).
- 24.Концепція створення та проєкт промоції громадської організації екологічного (соціального) спрямування.
- 25.Промоція новоствореної музичної групи (з обранням конкретного колективу).
- 26.Концепція створення та промоції молодіжного дискусійного клубу «В обкладинці і на екрані» - порівняння книги та екранізації різних жанрів (детектив, фентезі, мелодрама, історичний, фантастика, класика...).
- 27.Розроблення плану промо-кампанії переможця талант-шоу, молодого актора, (на вибір студента за реальним фактом, пропозиція іміджу).
28. Розроблення промо-кампанії кафедри реклами та зв'язків з громадськістю в умовах карантину.
- 29.Проєкт промоції 100-річчя від дня народження Петра Яцика.
- 30.Проєкт промоції 150-річчя від дня народження Івана Піддубного.

Екзаменатори:

доцент Белофастова Т.Ю.  
доцент Кононенко Л.М.  
ст. викладач Шиян В.О.

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.