

**Результати проведення II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади
зі спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю»,
проведеного 5-6 квітня 2018 року на базі Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара**

	Конкурсні завдання олімпіади	Розділ, тема (з якого взято завдання)	Кількість студентів		Аналіз типових помилок студентів, перелік розділів, тем, недостатньо засвоєних студентами
			всього (що виконували завдання)	з них зробили помилки	
1.	Тестовий тур – виконання тестових завдань з дисциплін «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Теорія реклами та зв'язків з громадськістю», «Система маркетингових комунікацій»	Історія виникнення реклами та зв'язків з громадськістю. Історична модель ПР. Проформи рекламної діяльності. Інформаційні революції. Відомі діячі із царини реклами та ПР.	26	25	Для учасників Олімпіади було важко визначитися із хронологією історичних моделей ПР, вони робили помилки у визначенні характеру етапів інституціоналізації реклами. Студенти неправильно визначали представників історичних моделей ПР. Проблему становили також знання конкретних теоретичних розробок відомих піарників.
		Паблік рилейшнз як сфера професійної діяльності. Реклама як комунікаційна система. Етичні стандарти у галузі реклами та ПР. Знакове середовище реклами та ПР. Методи оцінки ефективності рекламної та ПР-комунікації.	26	25	Певні труднощі для студентів викликали типи аналізу, застосовуваного у рекламній та ПР-практиці. Чимало студентів не змогли назвати типи аудиторії ПР-дискурсу. Складно було студентам визначитися із медіаметричними параметрами рекламних повідомлень.
		Технологічна природа реклами та зв'язків з громадськістю. Позиціонування товару. Життєвий цикл товару. Психологічні моделі впливу реклами. Планування рекламної кампанії. PEST-аналіз.	26	26	Чимало студентів не змогли установити відповідність між запропонованими термінами з галузі маркетингових комунікацій та їх характеристиками. Певні труднощі склали визначення відповідності між дисциплінарними підходами до вивчення рекламного дискурсу та їх визначеннями.

2.	Виконання творчого завдання – написання аналітичного звіту з прес-конференції	Професійні компетенції фахівця реклами та зв'язків з громадськістю як результат навчання у ЗВО. Знання новітніх тенденцій на ринку рекламних та ПР-комунікацій. Сформовані уявлення про професійну ідентичність; знання, уміння, навички та професійні якості як складники професійної компетенції піарника та рекламіста.	26	25	Типові недоліки при виконанні творчого завдання стосувалися таких аспектів: студенти на низькому рівні відтворювали факти, представлені на прес-конференції, робили фактологічні помилки; недостатньою мірою дотримувались жанрових вимог; в деяких роботах спостерігалось порушення логіки у викладі матеріалу, нечітка логічна побудова тексту. Дехто з учасників Олімпіади не зміг запропонувати заголовок. Деякі заголовки були невдалими та неінформативними. Варто також відзначити недостатню стилістичну грамотність та культуру мовлення в окремих роботах.
	Аналіз загальної підготовки студентів, які брали участь в Олімпіаді	Загалом студенти під час виконання творчого та тестових завдань зі спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» виявили високий рівень знань, продемонстрували вміння опрацьовувати фактологічний матеріал прес-конференції та надавати авторську позицію у його оцінці та інтерпретації; писати матеріал за запропонованим жанром аналітичного звіту.			



Голова оргкомітету _____
(Підпис)

Оковитий С. І., д. хім. н., професор, проректор з наукової роботи ДНУ імені Олеся Гончара
(Прізвище, ініціали, звання)

Голова журі _____
(Підпис)

Кочубей О. О., д. фіз.-мат. н., професор, перший проректор ДНУ імені Олеся Гончара, Заслужений діяч науки і техніки України
(Прізвище, ініціали, звання)

10.04.2018 р.