

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор


М.В. Подляков
« _____ » _____ 20 _____ р.



УЗГОДЖЕНО

Проректор

з науково-педагогічної роботи


В.А. Куземко
« _____ » _____ 20 _____ р.

**ПРОГРАМА
ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

для вступу на навчання за освітнім рівнем магістра
на основі освітнього ступеня бакалавра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)
за спеціальністю 061 Журналістика
(Освітня програма – Реклама і зв'язки з громадськістю)

Розглянуто на засіданні вченої ради
факультету систем та засобів масової комунікації
від «25» січня 2018 р. протокол № 6

Голова вченої ради _____ (Демченко В.Д.)

Дніпро
2018

Укладачі програми:

1. Гусева Олена Олександрівна, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.
2. Лященко Анжела Вадимівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.
3. Мироненко Владлена Вячеславівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю.

Програма ухвалена

- на засіданні кафедри:

1. реклами та зв'язків з громадськістю від «15» січня 2018 р. протокол № 6

Завідувач кафедри О. Гусева (Гусева О.О.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

- на засіданні науково-методичної ради за спеціальністю 061 Журналістика (Реклама і зв'язки з громадськістю) від «18» січня 2018 р. протокол № 3

Голова О. Гусева (Гусева О.О.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

I ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Додаткове випробування – оцінювання підготовленості вступника до здобуття вищої освіти за освітнім ступенем магістра, що проводиться у формі фахового випробування.

Додаткове вступне випробування складають вступники, які здобули освітній ступінь бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) за іншою спеціальністю (напрямом підготовки). Приймальна комісія університету допускає до участі у конкурсному відборі осіб, які за результатом додаткового вступного випробування отримали не менше 75 балів за шкалою від 0 до 100 балів, що відповідає оцінці «зараховано» за шкалою «зараховано»/«не зараховано».

Програма додаткового вступного випробування для вступу на навчання за освітнім рівнем магістра за спеціальністю 061 Журналістика (Освітня програма – Реклама і зв'язки з громадськістю) містить питання з таких *нормативних* навчальних дисциплін природничо-наукової та професійної підготовки бакалавра за напрямом підготовки 6.030302 Реклама і зв'язки з громадськістю:

1. Історія реклами та ПР;
2. Українська мова у професійному спілкуванні;
3. Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю;
4. Основи наукових досліджень

II ПЕРЕЛІК ТЕМ, З ЯКИХ ВІДБУВАЄТЬСЯ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНИКА

1. Навчальна дисципліна №1

Тема 1. Становлення рекламних та ПР-комунікативних форм.

Тема 2. Еволюція реклами ПР-комунікацій з періоду Античності до періоду Середньовіччя.

Тема 3. Поява писемності та її роль у становленні реклами.

Тема 4. Становлення соціальних, економічних та політичних процесів у Європі в епоху античності та їх вплив на розвиток рекламних комунікацій.

Тема 5. Риторика як протоформа ПР- комунікацій.

Тема 6. Становлення засобів рекламування у середньовічному періоді.

Тема 7. Геральдика як варіант політичної реклами та ПР-комунікацій.

Тема 8. Історія розвитку товарних знаків.

2. Навчальна дисципліна №2

Тема 1. Частини мови. Принципи їх виділення.

Тема 2. Іменник. Визначення іменника як частини мови.

Тема 3. Прикметник. Визначення прикметника як частини мови.

Тема 4. Числівник. Визначення числівника; його значення.

Тема 5. Займенник. Визначення займенника.

Тема 6. Дієслово. Визначення дієслова. Синтаксична роль дієслова та його форм.

Тема 7. Дієприкметник. Значення дієприкметника, морфологічні ознаки та синтаксична роль.

Тема 8. Дієприслівник. Значення дієприслівника, творення і синтаксична роль.

Тема 9. Прислівник. Визначення прислівника; розряди прислівника за значенням.

Тема 10. Лексико-стилістичні синоніми. Антоніми. Пароніми.

Тема 11. Основні групи фразеологізмів. Фразеологія. Фразеологізм. Ідіома. Порівняння. Прислів'я. Приказка. Крилаті вислови. Афоризм. Професійні вислови.

3. Навчальна дисципліна №3

Тема 1. Бренд у системі маркетингової комунікації та PR

Тема 2. Торгова марка та Бренд.

Тема 3. Позичування та позиція торгової марки.

Тема 4. Мета та ефекти маркетингової комунікації для ТМ

Тема 5. Засоби маркетингової комунікації.

Тема 6. Public Relations

4. Навчальна дисципліна №4

Тема 1. Наука та її роль у розвитку суспільства

Тема 2. Наукове дослідження і його етапи.

Тема 3. Методологічні основи наукового знання

ІІІ ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

До навчальної дисципліни №1

Основна

1. Джефкінс Ф. Реклама: Учеб. посібне для вузов / Пер. с англ, под ред. Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ-, ДАНА, 2008. - 543 с.
2. Моисеев В. А. Паблік рилейшнз / В. А. Моисеев. -- К.: Академвидав, 2007. - 224 с.
3. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручн. / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. - 431 с.
4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. - К.: Издательство «Ваклер», 2005. - 638 с.
5. Ученора В.В. Старых Н.В. История рекламы. - М.:Юнити, 1999. - 336 с.

Додаткова

1. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т. О.Примак. - К.: Агіка, Ельга-Н, 2009. - 328 с.
2. Олгаржевський Д. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа / Дмитро Олгаржевський. - К.: Центр вільної преси, 2013. - 312 с.
3. Бове К. Л., Аренс В. С. Современная реклама / Пер. с англ: Д. В. Вакин и др.; Общ. ред. О. А. Феофанова / Предисл. М. А. Назарушкина / К. Л. Бове, В. С. Аренс. - Тольятти: Издательский дом Довгань, 1995. - 661 с.

4. Краско Т. И. Психология рекламы / Учебное пособие / Т. И. Краско. – Харьков: Изд-во Харьковского университета им. Каразина, 2002. – 212 с.

До навчальної дисципліни №2

Основна

1. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні. Модульний курс. Видання 3є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008.
2. Ділова українська мова : навч. посіб. / за ред. О.Д. Горбула. – К. : “Знання”, КОО, 2004. – 222 с.

Додаткова

1. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні: Навч. посібник. – К.: Міжнародна агенція «BeeZone», 2004. – 336 с.
2. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2007. – 480 с.
3. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування: Навч. посіб. – 2-е вид. – К.: Каравела, 2007. – 352 с.
4. Культура фахового мовлення: Навч. посібник / За ред. Н. Д. Бабич. – Чернівці: Книги – XXI, 2005. – 572 с.
5. Михайлик В. О. Українська мова професійного спрямування: Навч. посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 496 с.
6. Українська мова. Енциклопедія / Редкол. Русанівський В. М., Тараненко О. О. (співавтори), М. П. Зяблюк та ін. – К.: «Укр. енцикл.», 2000. – 752 с.

До навчальної дисципліни №3

Основна

1. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга. – К.: Студцентр, 2008. – 480 с
2. Аржанов Н. П., Пирогова Т. А. История отечественной рекламы. Галерея рекламной классики / Под ред. Е. В. Ромата. — Х.: Студцентр, 2004. — 304 с
3. Ромат Є. В. Основи реклами / Є. В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с.(посібник)
4. Ромат Е. В. Реклама. Учебник для вузов. — Харьков: Студцентр, 2000. — 480 с.
5. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга. – К.: Студцентр, 1995. – 226 с.(посібник) та ін.
6. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: [відручник] / В. Г. Королько. — 2-е вид., доп. — К.: Вид. дім «Скарби», 2001.
7. Борисов Б. Л. Реклама и паблік рилейшнз. Алхимия власти / Б. Л. Борисов. — Рига, 1997; М., 1998.

Додаткова

1. Пізнюк Л. В. Паблік Рилейшнз / Л. В. Пізнюк. — К., 2005.
2. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: [навчальний посібник] / Г. Г. Почепцов. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2000.
3. Почепцов Г. Г. Символы в политической рекламе / Г. Г. Почепцов. — Киев, 1997.
4. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. — К., 1999.
5. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: [навчальний посібник] / Є. Б. Тихомирова. — К.: НМЦВО, 2001.
6. Тихомирова Є. Б. PR-формування відкритого суспільства: [монографія] / Є. Б. Тихомирова. — К.: Наша культура і наука, 2003

До навчальної дисципліни №4

Основна

1. Гальченко С. І., Силка О. З. Основи наукових досліджень: навч.-метод. посіб. — 2015.
2. Колесников О. В. Основи наукових досліджень. 2-ге вид. випр. та доп. Навч. посіб.— К.: Центр учбо-вої літератури, 2011. — 144 с.
3. Огурцов А. И. Основы научных исследований : Учеб.-метод. пособие / А.И. Огурцов. — Харьков : НТУ «ХПИ», 2008.
4. Основи наукових досліджень : Навчальний посібник / Марцин В.С., Міценко Н.Г., Даниленко О.А. та ін. — Л.: Ромус-Поліграф, 2002.- 128 с.

Додаткова

1. Основы научных исследований в схемах и таблицах: учеб. пособие. — О. П. Кириленко, В. В. Письменный. — Тернополь: ТНЭУ, 2013.
2. Основы научных исследований: Учеб. пособие / Под ред. А.А. Лудченко. — 2-е изд., стер. — К.: О-во "Знания", КОО, 2001.
3. Основы научных исследований: учебное пособие / М. З. Вайнштейн, В. М. Вайнштейн, О. В. Кононова. — Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2011
4. Романчиков В.І. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 254 с.
5. Сабитова Р. Г. Основы научных исследований. — Владивосток, 2005.
6. Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник. - Київ: Видавничий Дім «Слово», 2004. - 240 с.

IV СТРУКТУРА ВАРІАНТУ ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Кожний варіант додаткового вступного випробування містить 50 тестових питань, зміст яких стає відомим вступнику лише при отриманні варіанту випробування.

Варіант складається із завдань таких форм:

1) Питання на обрання вірної відповіді – до кожного питання надаються чотири варіанти відповіді, з яких вступник має обрати одну, зробивши відповідну позначку;

Розподіл питань у кожному варіанті:

- за формою завдань

№ з/п	Форма завдання	Кількість одиниць у варіанті
1	Питання на обрання вірної відповіді	50
	Усього	50

- за темами навчальних дисциплін

№ з/п	Зміст питання	Кількість одиниць у варіанті
1	За темами навчальної дисципліни №1	20
2	За темами навчальної дисципліни №2	10
3	За темами навчальної дисципліни №3	10
4	За темами навчальної дисципліни №4	10
	Усього	50

У КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ

Оцінка за відповідь на кожне питання варіанту додаткового вступного випробування може набувати одного з двох значень:

максимального значення кількості балів – за вірної відповіді,
мінімального значення (0 балів) – за невірної відповіді.

Розподіл максимальної кількості балів за відповіді на завдання різної форми наведений у таблиці:

№ з/п	Форма завдання	Максимальне значення, кількість балів	Максимальна кількість балів, яка може бути набрана за виконання завдань певної форми
1	Питання на обрання вірної відповіді	2	$50 \cdot 2 = 100$
	Усього		100