

РОБОЧИЙ РЕГЛАМЕНТ
МОДУЛЬНО-РЕЙТИНГОВОГО КОНТРОЛЮ І ОЦІНЮВАННЯ
СТУДЕНТІВ, ЯКІ НАВЧАЮТЬСЯ ЗА ІНДИВІДУАЛЬНИМ
ГРАФІКОМ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«РЕКЛАМА ТА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ «МАРКЕТИНГ»
на 2016/2017 навч.р.

1. **Структура навчальної дисципліни:** загальний обсяг 120 год. / 4 кред.; лк. – 32 год. /16; пр. –16 год./8; ОДЗ, ПМК.
2. **Організація навчального процесу:** семестрів викладання – 1; модульних циклів – 2.
3. **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: R=100 балів, з них:**

| | |
|----------------------------|---|
| Рейтингові бали за семестр | 50 балів – інд.завдання 40 балів – модульні контролі |
| ОДЗ | 10 балів |

4. **Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:**
 - 4.1. *Індивідуальне завдання* – максимально 50 балів (при позитивному оцінюванні від 30 до 50 балів).
 - 4.3. *Складання комплексних письмових модульних контролів* – всього 40 (20*2) балів (один у кожному модульному циклі, шкала оцінювання кожного від 12 до 20 б.).
5. **Підсумок рейтингових балів за мод. циклами** (при позитивному оцінюванні):
 - 1-ий модульний цикл: (модульний контроль) – максимально – 20 балів (від 12 ... до 20 балів);
 - 2-ий модульний цикл: (індивідуальне завдання; ОДЗ, модульний контроль):

50+10+20=80 (від 48 ... до 80 балів)

6. Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи: відпрацювання пропущених практичних занять, перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці (менше зазначеної в п.5), проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

7. Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента: оцінювання відповідно до отриманих за семестр рейтингових балів, складання іспиту і здійснюється за такою шкалою:

| Шкала оцінювання ECTS | Визначення | Національна шкала оцінювання | Рейтингова бальна шкала оцінювання |
|-----------------------|---|------------------------------|------------------------------------|
| A | ВІДМІННО | 5 | $90,0 \leq RD \leq 100,0$ |
| B | ДУЖЕ ДОБРЕ | 4,5 | $82,0 \leq RD < 90,0$ |
| C | ДОБРЕ | 4 | $74,0 \leq RD < 82,0$ |
| D | ЗАДОВІЛЬНО | 3,5 | $64,0 \leq RD < 74,0$ |
| E | ДОСТАТНЬО – рівень компетентності задовольняє мінімальні критерії | 3 | $60,0 \leq RD < 64,0$ |
| FX | НЕЗАДОВІЛЬНО – можливе складання заходу підсумкового контролю | | $35,0 \leq RD < 60,0$ |
| F | НЕЗАДОВІЛЬНО – до заходу підсумкового семестрового контролю не допускається, необхідний повторний курс з навчальної дисципліни | 2 | $RD < 35,0$ |

Студенти, які мають *незадовільні рейтингові бали* за семестр (від 35 до 59) мають право на дворазове складання (за процедурою письмового іспиту) заходу підсумкового семестрового контролю. При цьому максимальна кількість, яку вони можуть отримати, становить 60 балів.

Студенти, які мають рейтинговий бал за семестр менше 35 до захисту підсумкового семестрового контролю не допускаються і представляється деканатом до відрахування.

Лектор потоку

Ю.М. Мельник

Завідувач кафедри

С.М. Ілляшенко

«__» _____ 20__ р.

Зміст індивідуального завдання:

Орієнтовна тематика:

1. Реклама на телебаченні: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
2. Реклама на радіо: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
3. Реклама на місці продажу: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
4. Реклама в пресі: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
5. Реклама в Інтернет: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
6. Зовнішня реклама: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.
7. Внутрішня відео(аудіо)-реклама: сутність, основні характеристики, види, переваги та недоліки, правила створення ефективного

рекламного звернення, психологічні особливості сприйняття, основні показники економічної та комунікативної ефективності.

8. Оцінка ефективності різних типів реклами: основні показники, розрахунок.

9. Ефективна рекламна стратегія: науково-методичні основи.

Студент може сам запропонувати тему індивідуальної роботи. Структуру індивідуального завдання студент обирає самостійно залежно від специфіки тематики. Тему та структуру роботи необхідно попередньо узгодити з викладачем.

Обов'язкові елементи:

- аналіз літературних джерел за обраною тематикою з посиланнями на літературу (зараховуються тільки першоджерела – підручники, посібники, статті, наукові праці; не допускаються посилання на реферати; слід розглянути та структурувати декілька джерел, допустимо посилання на практичні ресурси, але з їх адаптацією до наукової бази);
- приклади та наочний матеріал, якій підкріплює теоретичний матеріал
- власні висновки та пропозиції.

За результатами дослідження студент має зробити також тези доповідей.

Обсяг роботи – орієнтовно 30 стор.

Своє завдання попередньо студент має перевірити на плагіат за допомогою будь-яких онлайн-ресурсів, які є у вільному доступі або за допомогою програм (або інших на вибір студента):

Антиплагіат.ru <http://www.antiplagiat.ru>

ETXT-антиплагіат <https://www.etxt.ru/antiplagiat/>

Адвего-Плагіатус <http://advego.ru/plagiatus/>

Унікальність матеріалу має складати не менше 75 %.

