

Інститут поліграфії та медійних технологій

Спеціальність:

061 Журналістика(Рекламні та ПР-комунікації)
(код 18-061.02-Б)

Галузь знань: Журналістика

(код 06)

Перелік дисциплін
для вступу на навчання за освітньою програмою підготовки бакалавра
на основі попередньо здобутої вищої освіти (II БВО)

- ***Історія реклами та PR***
- ***Дизайн у рекламі***
- ***Сучасний медіатекст***

Спеціальність (код 18-061.02-Б) :: Журналістика(Рекламні та ПР-комунікації)

Дисципліна: Історія реклами та PR

Розділ 1. Виникнення та розвиток реклами: від античності до сучасності

§ 1. Реклама у Стародавньому Єгипті, Греції та Римі (настінні написи, глашатаї)

§ 2. Середньовічні гільдії та розвиток торгових марок

§ 3. Індустріальна революція та поява друкованої реклами

Розділ 2. Історія PR: від маніпуляцій до стратегічних комунікацій

§ 1. PR у політиці стародавнього світу (Юлій Цезар як перший "піарник")

§ 2. Піонери сучасного PR: Айві Лі та Едвард Бернейс

§ 3. PR у бізнесі: як компанії формували свій імідж у XX столітті

Розділ 3. Вплив реклами на суспільство у різні історичні періоди

§ 1. Реклама у XIX столітті

§ 2. Реклама під час Першої та Другої світових воєн (пропаганда та мобілізаційні кампанії)

§ 3. Сучасна етика реклами: соціальна відповідальність чи маніпуляція

Розділ 4. Еволюція проведення рекламних кампаній

§ 1. "Just Do It" (Nike) – історія одного з найуспішніших слоганів

§ 2. "Think Different" (Apple) – як реклама створила культ бренду

§ 3. Політична реклама та вплив на вибори

Розділ 5. Розвиток digital-реклами та PR у XXI столітті

§ 1. Вплив інтернету на рекламні стратегії

§ 2. PR-скандали у цифрову епоху: як компанії рятували свою репутацію

§ 3. Використання Big Data та штучного інтелекту в рекламі

Література

1. Білорусов Є. В. «Історія реклами: від давнини до сучасності». – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2020. – 246 с.
2. Андрійчук Н. «Реклама в Україні: історія, теорія, практика». – Львів: Світ, 2019. – 268 с.
3. Карпенко О. Ю. «Історія реклами та брендингу в Україні». – Київ: Либідь, 2021. – 180 с.

Дисципліна: Дизайн у рекламі

Розділ 1. Основи візуальної комунікації в рекламі

§ 1. Роль дизайну в рекламній комунікації: цілі та завдання

§ 2. Основні елементи візуального дизайну

§ 3. Принципи дизайну в рекламі: вимоги до оформлення повідомлень

Розділ 2. Типографіка в рекламному дизайні

§ 1. Основи типографіки: характеристики шрифтів

§ 2. Принципи вибору та комбінування шрифтів у рекламі

§ 3. Основні недоліки використання шрифтів у рекламних матеріалах

Розділ 3. Ілюстрація у рекламному повідомленні

§ 1. Різновиди ілюстрацій та їхні можливості

§ 2. Стилїстика ілюстрацій та їхній вплив на сприйняття

§ 3. Поєднання ілюстрації з текстом

Розділ 4. Колір у рекламному дизайні

§ 1. Основи теорії кольору

§ 2. Психологія кольору та емоційний вплив бренду

§ 3. Гармонія кольорів та колірні схеми в рекламі

Розділ 5. Принципи композиції рекламних матеріалів

§ 1. Візуальна ієрархія та фокус

§ 2. Баланс та стабільність

§ 3. Ритм, рух та єдність

Література

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати. – К.: ArtHuss, 2022. – 256 с.
2. Яремків М. Композиція. Творчі основи зображення. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2009. – 112 с.
3. Color Code. Branding & Identity (Graphic Design Elements) / Wang Shaoqiang (Editor). – Promopress, 2016. – 240 p.

Дисципліна: Сучасний медіатекст

Розділ 1. Теорія тексту

§ 1. Лінгвістика тексту

§ 2. Семантика тексту

Розділ 2. Особливості медіатексту в рекламі та PR

§ 1. Визначення та основні характеристики медіатексту в рекламі та PR

§ 2. Структура та композиція рекламного медіатексту

§ 3. Структура та композиція PR-медіатексту

Розділ 3. Типи медіатекстів

§ 1. Класифікація медіатекстів за функціональним призначенням

§ 2. Класифікація медіатекстів за форматом та каналом розповсюдження

§ 3. Класифікація медіатекстів за жанровими ознаками

Література

1. Іванов В., Костенко Н. Досвід контент-аналізу: моделі та практики аналізу змісту масової комунікації: монографія. К.: Центр вільної преси, 2003. 200 с.
2. Ковалевська Т. Ю., Кондратенко Н. В. Реклама та PR у масово-інформаційному просторі: [Монографія]. О.: Астропринт, 2009. 400 с.
3. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов / За ред. Л. І. Шевченко. ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.
4. Шкіцька І.Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект. Київ, 2012. 440 с.
5. Яцимірська М. Г. Сучасний медіатекст. Словник-довідник. Львів: ПАІС, 2005. 220 с.