

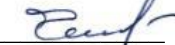
Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Кафедра державного управління і місцевого самоврядування



«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Чикаренко І.А. 

«29» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Публічна рекламна діяльність»

Галузь знань .....	28 Публічне управління та адміністрування
Спеціальність .....	281 Публічне управління та адміністрування
Рівень вищої освіти .....	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма .....	«Публічне управління та адміністрування»
Статус .....	Вибіркова
Загальний обсяг .....	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю .....	Диференційований залік
Термін викладання .....	6-й семестр (12 чверть)
Мова викладання .....	українська

Викладачі: д.держ.упр., проф. Баштанник В.В.  
к.х.н. , доцент Кравцов О.В.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Публічна рекламна діяльність» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування / Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка», каф. державного управління і місцевого самоврядування. Дніпро : НТУ «ДП», 2025. 19 с.

Розробники:

- Баштанник Віталій Володимирович, професор, доктор наук з державного управління, професор кафедри державного управління і місцевого самоврядування;
- Кравцов Олег Валентинович, доцент, кандидат хімічних наук, доцент кафедри державного управління і місцевого самоврядування

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів вищої освіти до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

## ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	6
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	10
6.1 Шкали.....	10
6.2 Засоби та процедури.....	11
6.3 Критерії.....	12
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	16
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	16

## 1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета дисципліни** «Публічна рекламна діяльність» – формування у здобувачів вищої освіти комплексу теоретичних знань у сфері публічної рекламної діяльності, що має забезпечити здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах глобальних трансформацій, системи умінь і практичних навичок щодо планування, нормативно-правового забезпечення, організації, комунікаційного супроводу, контролю та оцінювання публічної рекламної діяльності в системах державного і місцевого управління з урахуванням суспільних потреб, етичних вимог, ризиків маніпуляції, вплив, стандартів прозорості та сучасних кризових викликів.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

## 2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
Шифр ДРН	Зміст
ДРН – 01	<i>Продемонструвати</i> знання та розуміння структури та особливостей функціонування системи публічного управління та адміністрування у сфері комунікацій, сутність понять «реклама», «рекламна діяльність», «публічна реклама», «публічна рекламна діяльність», їх місце в системі публічного управління та публічних комунікацій.
ДРН – 02	<i>Вміти</i> аналізувати нормативно-правові, інституційні та організаційні заходи регулювання рекламної діяльності в Україні, визначити повноваження суб'єктів публічного управління в цій сфері; обґрунтовувати цілі, інструменти, цільові аудиторії, канали комунікації та етапи розробки стратегій і програм публічної рекламної діяльності
ДРН – 03	<i>Вміти</i> застосовувати підходи до контролю, моніторингу та оцінювання ефективності публічної рекламної діяльності, виявляти комунікаційні ризики, порушення етичних та правових норм
ДРН – 04	<i>Продемонструвати вміння</i> розробляти проекти соціальних, інформаційних, іміджевих і кризових рекламних заходів для органів публічної влади із суспільною доцільністю та принципом відповідальності перед громадянами
ДРН – 05	<i>Вміти</i> порівнювати вітчизняні та зарубіжні підходи до управління рекламною діяльністю, адаптувати актуальні інструменти міжнародного досвіду до умов України, показати навички професійної комунікації, підготовки аналітичних матеріалів, презентації індивідуальних завдань та аргументований захист запропонованих рішень

### 3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
<p>Ф7 Комунікації в публічно-управлінській діяльності</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>знати і розуміти</i> теоретичні основи, основні положення, принципи, закони, завдання і цілі комунікацій в публічноуправлінській діяльності;</li> <li>– <i>демонструвати розуміння</i> еволюції, реформування, модернізації та трансформації комунікаційного концепту в публічному управлінні в Україні, враховуючи сучасний контекст;</li> <li>– <i>визначати</i> особливості публічної рекламної діяльності в умовах адміністративних режимів, вміти характеризувати види публічної рекламної діяльності; характеризувати сутність, роль, функції, правові засади здійснення місцевого самоврядування в системі публічного управління;</li> <li>– <i>класифікувати</i> публічне управління та адміністрування як процес вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень, розуміти алгоритм вироблення та реалізації ефективних управлінських рішень у сфері рекламної діяльності</li> </ul>
<p>Б15 Технології прийняття управлінських рішень</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– продемонструвати <i>здатність</i> використовувати базові знання щодо процесів формування державно-управлінських рішень, технологій підготовки нормативно-правових актів;</li> <li>– продемонструвати <i>знання</i> національних і зарубіжних стандартів галузевого управління, принципів та норм публічноуправлінської діяльності у сфері рекламної діяльності, застосовувати принципи законності, відкритості, прозорості, підзвітності, субсидіарності та ефективності при підготовці підзаконних актів у сфері публічної рекламної діяльності;</li> <li>– демонструвати знання нормативно-правового забезпечення публічної рекламної діяльності, зокрема, законодавчих і підзаконних актів, що регулюють створення, поширення та контроль реклами, а також уміння застосовувати їх у професійній діяльності</li> </ul>

Дисципліна спрямована на формування здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері публічних комунікацій з урахуванням соціальних потреб, стратегічних пріоритетів і нормативно-правових вимог; забезпечувати законність, етичність, достовірність і суспільну доцільність рекламної діяльності в публічному секторі; інтегрувати управлінський, комунікаційний та аналітичний підходи в діяльності органів публічної влади під час планування, реалізації та оцінювання рекламно-комунікаційних заходів.

#### 4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години			
		Денна		Заочна	
		Аудиторні заняття	Самостійна робота	Аудиторні заняття	Самостійна робота
лекційні	75	24	51	4	71
практичні	45	16	29	6	39
лабораторні	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	40	80	10	110

#### 5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>75</b>
ДРН-01	<b>Тема 1.</b> Теоретико-методологічні засади публічної рекламної діяльності	9
	1.1. Реклама, рекламна діяльність, рекламна стратегія: базові поняття	
	1.2. Публічна реклама та публічна рекламна діяльність як об'єкт публічного управління	
	1.3. Функції, принципи та суспільне значення реклами в системі публічних комунікацій	
ДРН-02	<b>Тема 2.</b> Нормативно-правове та інституційне забезпечення публічної рекламної діяльності	12
	2.1. Правове регулювання рекламної діяльності в Україні	
	2.2. Суб'єкти публічного управління у сфері реклами та розподілу повноважень	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<p>2.3. Контроль, нагляд, відповідальність, етика і запобігання маніпулятивним практикам</p> <p><b>Тема 3. Формування стратегій і програм публічної рекламної діяльності</b></p> <p>3.1. Стратегічне планування публічної рекламної діяльності</p> <p>3.2. Цільові аудиторії, канали комунікації, бюджетування та медіа-планування</p> <p>3.3. Моніторинг, показники результативності та оцінка ефективності рекламних програм</p>	
ДРН-03	<p><b>Тема 4. Публічна рекламна діяльність в умовах сучасних викликів</b></p> <p>4.1. Соціальна, кризова та патріотична реклама в умовах військового стану.</p> <p>4.2. Антикорупційні, просвітницькі та іміджеві рекламні кампанії органів влади.</p> <p>4.3. Протидія дезінформації, інформаційним загрозам і маніпулятивним впливам у рекламних комунікаціях</p>	12
	<p><b>Тема 5. Зарубіжний досвід публічної рекламної діяльності та можливості його адаптації в Україні</b></p> <p>5.1. Моделі державного, муніципального та саморегульованого управління рекламою в країнах ЄС.</p> <p>5.2. Європейські стандарти етичності, інклюзивності, недискримінаційності та прозорості рекламних повідомлень</p> <p>5.3. Адаптація зарубіжних практик до умов України: інституційні, правові та організаційні аспекти</p>	12
ДРН-04	<p><b>Тема 6. Рекламні кампанії системних реформ у публічному управлінні</b></p> <p>6.1. Комунікаційний супровід реформ у сферах децентралізації, цифровізації, охорони здоров'я, освіти та антикорупційної політики.</p> <p>6.2. Особливості побудови рекламних заходів для підтримки суспільного сприйняття реформ та зміни поведінки громадян</p> <p>6.3. Оцінювання ефективності рекламних проблем системних реформ: індикатори довіри,</p>	12

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	охоплення, залучення та поведінкових змін.	
ДРН-05	<p><b>Тема 7.</b> Цифровізація, медіа-технології та інноваційні інструменти публічної рекламної діяльності</p> <p>7.1. Цифрові платформи, соціальні мережі та багатоканальні підходи в діяльності органів публічної влади</p> <p>7.2. Зворотний зв'язок для управління рекламними кампаніями</p> <p>7.3. Етичні, правові та репутаційні ризики цифрової публічної реклами</p>	9
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>45</b>
ДРН-01	<p><b>Практичне заняття №1.</b> Аналіз публічної реклами як інструмент публічного управління</p> <p>1.1. Ідентифікація видів публічної реклами та визначення її функцій у діяльності органів державної влади й місцевого самоврядування</p> <p>1.2. Аналіз реальних прикладів соціальної, інформаційної, іміджевої та просвітницької реклами за критеріями суспільної доцільності</p> <p>1.3. Побудова схеми взаємозв'язку «публічна проблема – цільова аудиторія – рекламне повідомлення – очікуваний управлінський результат»</p> <p>1.4. Підготовка короткого аналітичного висновку щодо місць рекламної діяльності в системі публічних комунікацій</p>	6
	<p><b>Практичне заняття № 2.</b> Правова експертиза та інституційний аналіз у сфері публічної рекламної діяльності.</p> <p>2.1. Практикум з аналізу норм законодавства України щодо реклами, інформації, медіа, захисту прав споживачів і недискримінації.</p> <p>2.2. Складання карт суб'єктів публічного управління у сфері рекламної діяльності із визначенням їх повноважень..</p>	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	2.3. Проведення правової та етичної експертизи рекламних матеріалів на предмет пошкоджених, маніпулятивних або дискримінаційних ознак. Підготовка проекту управлінського рішення щодо реагування на виявлені порушення у рекламній сфері.	
ДРН-02	<p><b>Практичне заняття № 3. Проектування програми публічної рекламної кампанії</b></p> <p>3.1. Формулювання проблеми, мети, завдань і очікуваних результатів публічної рекламної кампанії.</p> <p>3.2. Сегментація цільових аудиторій та розробка комунікаційного профілю адресатів</p> <p>3.3. Розробка структури короткої програми публічної рекламної кампанії для конкретного органу влади</p>	6
ДРН-03	<p><b>Практичне завдання № 4. Розробка соціальної та кризової рекламної кампанії в умовах сучасних викликів</b></p> <p>4.1. Аналіз кейсів соціальної, безпекової, патріотичної та антикризової реклами в умовах воєнного стану</p> <p>4.2. Визначення комунікаційних ризиків, чутливих тем і репутаційних загроз у кризових кампаніях</p> <p>4.3. Підготовка рекомендацій щодо забезпечення достовірності, етичності та суспільної відповідальності кризової реклами</p>	6
	<p><b>Практичне завдання № 5. Адаптація зарубіжного досвіду публічної рекламної діяльності до умов України</b></p> <p>5.1. Порівняльний аналіз практики урядових комунікацій і соціальної реклами в країнах ЄС</p> <p>5.2. Підготовка аналітичної таблиці «зарубіжна практика – переваги – обмеження – можливості впровадження в Україні»</p> <p>5.3. Розробка пропозицій для органу публічної влади щодо затвердження окремих міжнародних підходів</p>	6
ДРН-04	<b>Практичне завдання № 6. Моделювання</b>	6

<b>Шифри ДРН</b>	<b>Види та тематика навчальних занять</b>	<b>Обсяг складових, години</b>
	рекламної кампанії системної реформи в публічному управлінні	
	6.1. Вибір напряму реформи та визначення її суспільно значущих комунікаційних завдань	
	6.2. Розробка комунікаційного брифу рекламної кампанії підтримки реформи	
	6.3. Презентація командного проекту рекламної кампанії реформи та його експертне обговорення	
ДРН-05	<b>Практичне завдання № 7.</b> Цифрові інструменти, аналітика та презентація результатів публічної рекламної діяльності	6
	7.1. Практикум з добору цифрових платформ, форматів контенту та інструментів таргетованої комунікації	
	7.2. Розробка системи цифрових метрик для моніторингу результативності рекламної кампанії	
	7.3. Підготовка підсумкової презентації індивідуального або командного проекту публічної рекламної діяльності	
	Залік	3
	<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>

## 6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача вищої освіти за дисципліною.

### 6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

## *Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»*

<b>Рейтингова</b>	<b>Інституційна</b>
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач вищої освіти отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

### **6.2 Засоби та процедури**

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувача вищої освіти за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня (для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти) під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач вищої освіти на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються здобувачам вищої освіти на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

### *Засоби діагностики та процедури оцінювання*

<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>			<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</b>	
<b>навчальне заняття</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>
лекції	поточне тестування	проходження тесту під час лекційного заняття	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час екзамену за бажанням здобувача вищої освіти
практичні	практичні завдання	виконання завдань під час практичних занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи; публічна презентація і захист під час практичного заняття		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання практичних завдань та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі здобувача вищої освіти шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач вищої освіти під час іспиту має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня НРК.

### 6.3 Критерії

Реальні результати навчання здобувача вищої освіти ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де  $a$  – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;  $m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для освітньо-наукового рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання  
для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК  
(бакалавр)**

<b>Опис кваліфікаційного рівня</b>	<b>Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії</b>	<b>Показник оцінки</b>
<i><b>Знання</b></i>		
– концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: <ul style="list-style-type: none"> <li>– концептуальних знань;</li> <li>– високого ступеню володіння станом питання;</li> <li>– критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності</li> </ul>	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
Рівень знань незадовільний	<60	
<i><b>Уміння/навички</b></i>		
– поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: <ul style="list-style-type: none"> <li>– виявляти проблеми;</li> <li>– формулювати гіпотези;</li> <li>– розв'язувати проблеми;</li> <li>– обирати адекватні методи та інструментальні засоби;</li> <li>– збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію;</li> <li>– використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання</li> </ul>	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати	70-73

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
– донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; збір, інтерпретація та застосування даних; спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	<p>Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правильна;</li> <li>– чиста;</li> <li>– ясна;</li> <li>– точна;</li> <li>– логічна;</li> <li>– виразна;</li> <li>– лаконічна.</li> </ul> <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– послідовний і несуперечливий розвиток думки;</li> <li>– наявність логічних власних суджень;</li> <li>– доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням;</li> <li>– правильна структура відповіді (доповіді);</li> <li>– правильність відповідей на запитання;</li> <li>– доречна техніка відповідей на запитання;</li> <li>– здатність робити висновки та формулювати пропозиції</li> </ul>	95-100
	<p>Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами</p>	90-94
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)</p>	85-89
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)</p>	80-84
	<p>Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)</p>	74-79
	<p>Задовільне володіння проблематикою галузі.</p>	70-73

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Відповідальність і автономія</i></b>		
<p>– управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; – спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; – формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ” – організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; – здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії</p>	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію;</li> <li>- здатність до роботи в команді;</li> <li>- контроль власних дій;</li> </ul> <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів;</li> <li>- самостійність під час виконання поставлених завдань;</li> <li>- ініціативу в обговоренні проблем;</li> <li>- відповідальність за взаємовідносини;</li> </ul> <p>3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання професійно-орієнтованих навичок;</li> <li>- використання доказів із самостійною і правильною аргументацією;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> </ul> <p>4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ступінь володіння фундаментальними знаннями;</li> <li>- самостійність оцінних суджень;</li> <li>- високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок;</li> <li>- самостійний пошук та аналіз джерел інформації</li> </ul>	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

## 7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Технічні засоби навчання (комп'ютерне та мультимедійне обладнання).
2. Активованій корпоративний акаунт НТУ «ДП» ([student.i.p@nmu.one](mailto:student.i.p@nmu.one)).
3. Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Forms, Whiteboard, OneNote.
4. Дистанційна платформа Moodle.
5. MS Office (застосунок Teams).

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основні

1. Bashtannyk V., Novak A., Tkachenko I., Terska S., Akimova L. Anti-corruption as a component of state policy // Ad Alta : journal of interdisciplinary research. 2022. 12(1), XXV. PP. 79-87. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/23034>.
2. Терська С. Роль публічних комунікацій у формуванні стратегії рекламної діяльності на рівні держави в умовах системних криз. Право та державне управління. 2023. №2. С. 111-117.
3. Терська С. Публічне управління у сфері формування стратегій і програм рекламної діяльності. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2024. №2. С. 59-63.
4. Романчук К. В., Лисюк А. В. Правове регулювання рекламної діяльності: зарубіжний досвід та нац. Перспективи. 2011. URL: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/19004/1/46-50.pdf>.
5. Методичні рекомендації Держпродспоживслужби щодо контролю за дотриманням рекламного законодавства URL: <https://dpss.gov.ua>.
6. Сергієнко В. Правове регулювання рекламної діяльності – реалії часу. ХНЕУ. 2021. URL: [https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25706/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8\\_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3ie%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%202.pdf](https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25706/1/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8_%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B3ie%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%202.pdf).

7. Hardy J., Powell H., MacRury I. *The Advertising Handbook*. Routledge, 2018. URL: [https://books.google.com/books/about/The\\_Advertising\\_Handbook.html?hl=ca&id=xYvcAAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/The_Advertising_Handbook.html?hl=ca&id=xYvcAAAAQBAJ).
8. Middleton K., Auxtova K., Gurrieri L., Sands S. Social Change and the Role of Advertising Regulation: New Challenges. *Journal of Advertising*. 2024. Режим доступу: [https://think.taylorandfrancis.com/special\\_issues/social-change-and-the-role-of-advertising-regulation](https://think.taylorandfrancis.com/special_issues/social-change-and-the-role-of-advertising-regulation).
9. Van Drunen M. Z., Helberger N. The beginning of EU political advertising law: unifying democratic visions. *International Journal of Law and Information Technology*. 2022. URL: <https://academic.oup.com/ijlit/article/30/2/181/6695443>.
10. Carty H. Advertising, Publicity Rights and English Law. *Intellectual Property Quarterly*. 2004. URL: <https://research.manchester.ac.uk/en/publications/advertising-publicity-rights-and-english-law>.

#### **Нормативні документи**

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Закон України «Про рекламу» .Законодавство України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Закон України «Про захист прав споживачів» .Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> .
4. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» .Законодавство України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
5. Закон України «Про медіа» .Законодавство України. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20>.
6. Закон України «Про електронну комерцію» .Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> .
7. Закон України «Про інформацію» .Законодавство України. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
8. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» .Законодавство України. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19>.
9. Закон України «Про лікарські засоби» .Законодавство України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>).
10. Господарський кодекс України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
11. Цивільний кодекс України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

12. Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising. *EUR-Lex*. 2006. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2006/114/oj/eng>.
13. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act). *EUR-Lex*. 2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng>.
14. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act). *EUR-Lex*. 2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj/eng>.
15. Regulation (EU) 2024/900 of the European Parliament and of the Council on the transparency and targeting of political advertising. *EUR-Lex*. 2024. URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/transparency-and-targeting-of-political-advertising.html>.
16. Directive 2003/33/EC of the European Parliament and of the Council on the approximation of the laws... relating to the advertising and sponsorship of tobacco products. *EUR-Lex*. 2003. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32003L0033>).
17. Directive 92/28/EEC regarding advertising of medicinal products for human use (Repealed). *EUR-Lex*. 1992. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legisum%3A121143>).
18. Directive 97/55/EC of European Parliament and of the Council amending Directive 84/450/EEC concerning misleading advertising so as to include comparative advertising. *EUR-Lex*. 1997. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31997L0055>.
19. Council Directive 84/450/EEC relating to the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning misleading advertising. *EUR-Lex*. 1984. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31984L0450>).
20. Commission Interpretative Communication C(2004)1450 on certain aspects of the provisions on televised advertising. *EUR-Lex*. 2004. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=LEGISSUM:124102>).

### **Додаткові**

1. Farrell T. A. Controversial advertising in the UK: its regulation and practitioner ethical decision making: PhD thesis. The Open University. 2012. URL: <https://oro.open.ac.uk/54531/>.
2. Cluley R., Green W. Market research ethics: new practices but no new ideas. *AMS Review*. 2024. URL: <https://pure-oai.bham.ac.uk/ws/portalfiles/portal/229819595/CluleyR2024Market.pdf>.
3. MacRury I., Yesiloglu S., Hardy J. The UK Branded Content Industry and Need for Regulation. University of Stirling. 2023. URL: <https://www.stir.ac.uk/news/2023/july-2023-news/new-research-sheds-light-on-the-uk-branded-content-industry-and-need-for-advertising-regulation/>.

4. McKevitt S., Vocht F., Junghans C. Public Health Regulation and Local Authority Advertising Practices. *Journal of Public Health*. 2023. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10687598/>.

5. Zardiashvili A., Sears A. M. Targeted advertising and consumer protection law in the EU. *Vanderbilt Journal of Transnational Law*. 2023. URL: <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/access/item%3A3716285/view>.

6. Committee of Advertising Practice (CAP). The UK Code of Non-broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing. *ASA*. URL: <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/non-broadcast-code.html>.

7. ASA. Understanding Advertising: The UK's Ad Concerns (Policy Report). *Advertising Standards Authority*. URL: <https://www.asa.org.uk/advice-and-resources/research-at-the-asa-and-cap.html>.

### **Інформаційні ресурси**

1. EUR-Lex (Офіційний портал законодавства Європейського Союзу): <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>

2. InfoCuria (База даних судової практики Суду Європейського Союзу): <https://infocuria.curia.europa.eu/>

3. Advertising Standards Authority (Дослідження, звіти та кодекси регулятора реклами Великої Британії): <https://www.asa.org.uk/advice-and-resources/research-at-the-asa-and-cap.html>

4. House of Commons Library (Дослідницькі брифінги Парламенту Великої Британії щодо регулювання реклами): <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/>

5. Competition and Markets Authority (Офіційні настанови уряду Великої Британії щодо маркетингу та реклами): <https://www.gov.uk/cma-cases/social-media-endorsements>

6. Branded Content Governance Project (Дослідницький хаб Університету мистецтв Лондона з питань брендованого контенту): <https://www.arts.ac.uk/colleges/london-college-of-communication/research-at-lcc/branded-content-research-hub/branded-content-governance-project>

7. UAL Research Online (Відкритий академічний репозитарій досліджень у сфері медіа та комунікацій): <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/>

8. Taylor & Francis Online (Платформа для доступу до академічних матеріалів, зокрема *Journal of Advertising*): [https://think.taylorandfrancis.com/special\\_issues/social-change-and-the-role-of-advertising-regulation/](https://think.taylorandfrancis.com/special_issues/social-change-and-the-role-of-advertising-regulation/)

9. Каталог Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (Електронний архів української наукової періодики з права та управління): <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

10. Законодавство України (Офіційний вебпортал парламенту для пошуку національних нормативно-правових актів): <https://zakon.rada.gov.ua/>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Публічна рекламна діяльність»  
для здобувачів вищої освіти магістерського рівня  
освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування»  
за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування

Розробники:  
Баштанник Віталій Володимирович  
Кравцов Олег Валентинович

У редакції авторів

Підготовлено до виходу в світ  
у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19