

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Реклама і PR-технології в СКС

Освітньо-професійна програма 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “30” серпня 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Корисна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Реклама та PR-технології
Освітньо-професійна програма	Менеджмент соціокультурної діяльності
Спеціалізація	-
Спеціальність	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
Освітній рівень	Бакалавр
Статус дисципліни	Нормативна
Курс/семестр	4/7
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 34 Семінарські заняття – 36 Самостійна робота – 110
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua

2. Опис дисципліни
<p>Метою навчальної дисципліни «Реклама та PR-технології» є набуття студентами теоретичних знань, вмінь та практичних компетенцій студентів у питаннях видової класифікації реклами, цільових аудиторій, організаційно-практичних аспектів планування рекламної кампанії, медіа планування, дослідження ефективності рекламного впливу, сучасних напрямків розвитку.</p> <p>Завданням вивчення дисципліни «Реклама та PR-технології» є теоретична та практична підготовка студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - реклама як соціокультурний феномен сучасного світу, - види реклами, - історія виникнення й розвитку реклами в Україні та світі, - психологічні засади реклами, - рекламні звернення, - організаційні аспекти розвитку реклами, - сучасні напрямки розвитку реклами (хостинг, фрайдрайзинг, превентивний маркетинг), - світовий досвід рекламної діяльності, - рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності, - рекламне законодавство України. <p>Компетентності:</p> <p>ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК9. Здатність працювати в команді. ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК21. Здатність визначати стратегічні пріоритети та аналізувати особливості місцевих, регіональних, національних та глобальних стратегій соціокультурного розвитку. СК24. Здатність планувати, управляти, та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень. СК25. Здійснювати розподіл повноважень і відповідальності на основі їх делегування. СК26. Здатність діяти соціально відповідально. СК31. Здатність розробляти соціокультурні проекти та забезпечувати їх операційну реалізацію. СК34. Здатність створювати соціокультурні послуги.</p> <p>Програмні результати навчання:</p>

PH2. Збирати та впорядковувати інформацію.
 PH3. Організовувати професійний час.
 PH4. Здійснювати практичну діяльність відповідно до чинного законодавства.
 PH6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.
 PH9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.
 PH12. Формулювати, аргументувати професійні знання.
 PH13. Обґрунтовувати управлінські рішення.
 PH14. Оцінювати наслідки прийнятих організаційно-управлінських рішень.
 PH15. Вміти встановити діалог з різними професійними суб'єктами та групами.
 PH16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.
 PH19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Реклама як соціокультурний феномен	Реклама: сутність, цілі, завдання 2. Класифікація реклами 3. Класифікація реклами за характером рекламного впливу.	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	Тема 2. Види реклами	Зародження реклами у стародавні часи 2. Розвиток реклами в Західній Європі та США	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	Тема 3. Історія виникнення й розвитку реклами	Зародження реклами у стародавні часи 2.2. Розвиток реклами в Західній Європі та США	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	Тема 4. Становлення і розвиток рекламної справи в Україні	Протореклама 2. Зародження й розвиток реклами і рекламних комунікацій у Давньоруській державі 3. Розвиток рекламних засобів і комунікацій у XV-XVIII ст. 4. Зародження української преси 5. Реклама за радянських часів	Питання, тести, самостійна практична робота
5.	Тема 5. Рекламні звернення	Основи розробки та створення рекламних звернень 2. Особливості художнього оформлення друкованих рекламних звернень	Питання, тести, самостійна практична робота
6.	Тема 5. Психологічні основи реклами	Реклама як метод впливу на поведінку споживачів 2. Мотивація поведінки споживача 3. Процес сприйняття реклами 4. Чуттєва реакція на рекламу	Питання, тести, самостійна практична робота
7.	Тема 6. Цільова аудиторія рекламних звернень		Питання, тести, самостійна практична робота
8.	Тема 7. Організаційні аспекти розвитку реклами		Питання, тести, самостійна практична робота
9.	Тема 8. Медіапланування як складова організації планування рекламної діяльності	1. Поняття та завдання медіапланування. Основні рішення в сфері медіа планування 2. Основні медіапараметри та їх характеристика 3. Особливості застосування, переваги та недоліки основних засобів розповсюдження реклами	

10.	Тема 9. Нові напрямки розвитку реклами	Брендинг 2. Сучасні форми директ-маркетингу 3. Реклама в Internet. 4. Internet-таргетинг.	Питання, тести, самостійна практична робота
11.	Тема 9. Світовий досвід рекламної діяльності	1. Особливості міжнародного ринку реклами 2. Норми, правила та законодавче забезпечення рекламної діяльності в Росії, США і країнах Західної Європи 3. Міжнародне нормативне регулювання рекламної діяльності	Питання, тести, самостійна практична робота
12.	Тема 10. Контроль та оцінка ефективності рекламної діяльності	Поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності 2. Тактичний контроль реклами і його завдання. 3. Стратегічний контроль рекламної діяльності.	Питання, тести, самостійна практична робота
13.	Тема 11. Рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності	Рекламні агенції та їх функції. Критерії вибору рекламної агенції. 2. Типи рекламних агенцій 3. Структура рекламної агенції та функції її підрозділів	Питання, тести, самостійна практична робота
14.	Тема 12. Рекламне законодавство України	Закон України "Про рекламу" 2. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" 3. Закон України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" 4. Законодавство України, що опосередковано стосується реклами	Питання, тести, самостійна практична робота
15.			Питання, тести, самостійна практична робота
16.			Питання, тести, самостійна практична робота

4. Система оцінювання курсу

Лекції	0
Семінарські заняття	50
Самостійна робота студентів	20
Семестрова контрольна робота	10
Екзамен	20
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи													Підсумковий тестовий контроль (екзамен)	Сума
Поточний контроль									СРС		Семестрова контрольна робота			
Сем 1	Сем 2	Сем 3	Сем 4	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8	Сем 9	СРС 1	СРС 2				
5	5	5	5	5	5	5	5	5	10	10	10	20	100	
Max= 50									Max= 20		Max= 10	20	100	

6. Ресурсне забезпечення

Базова

1. Владимирська, Г. О., Владимирський П.О. Реклама : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
- Джефкінс Ф. Реклама: практ.посібник. Пер. з 4-го англ. вид. Київ : Знання, 2001. 456 с.
- Мойсеєв В. А. Паблік рилейшнз: навч. Посібник. Рек. МОН. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
- Закон України «Про рекламу». Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39/ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
4. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 9 січня 2007 року № 537-V. Відомості Верховної Ради України. Ст. 102. 2007. № 12.
5. Закон України «Про соціальні послуги» від 19.06.2003 №966-IV. Голос України. 2003. 22 лип.
- Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. Посібник. Київ : ЦУЛ, 2020. 202 с.
- Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. Посібник. Київ : ЦУЛ, 2013. 202 с.
- Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Рек. МОН. Київ : ЦУЛ, 2013. 211 с.
- Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник. Рек. МОН; 3-тє вид., випр. Суми : Університетська книга, 2021. 367 с.
- Балабанова, Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2008. 528 с.
- Пізнюк, Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ : Ун-т «Україна», 2005. 239 с.
- Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Знання, КОО, 2006. 327 с.
- Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навч. Посібник. Рек. МОН. Київ : МАУП, 2001. 104 с.
- Білоус В. С. Зв'язки з громадкістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності. Київ : КНЕУ, 2005. 275 с.

Допоміжна

6. Королько В.Г Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика. К., 2001. 400с.
7. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. Київ, 2000. 368 с.
8. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища / [О.С.Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін.] / НАН України, Нац.б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2012. 246 с.
9. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І . Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2014. 260 с.
10. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 558с.
11. Українське законодавство: засоби масової інформації. К, 2004. 368 с.
12. Мей К. Інформаційне суспільство. Київ, 2004. 220с.

7. Контактна інформація

Кафедра	управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 Б. Кабінет – 314. https://kotusd.pnu.edu.ua/
Викладачі	к.і.н., доц. Дутчак Олена Іванівна
Контактна інформація викладачів	olena.dutchak@pnu.edu.ua

8. Політика курсу

Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну
---------------------------------	--

	<p>добросесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної добросесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаніка» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на відповідних законах, й керується кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.</p>
Пропуски занять	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента
Невідповідна поведінка під час заняття	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету
Додаткові бали	Виставляються під час семінарських занять за оригінальні відповіді студентів з заявленої теми
Неформальна освіта	Зараховуються до загальної суми балів результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни (в обсязі не більше 30% від загальної суми балів)

Викладач _____ Дутчак О.І.