МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА

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.

м. Івано-Франківськ – 2022

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 в соціокультурній сфері
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
Курс «Реклама та PR-технології в соціокультурній сфері » спрямований на формування у студентів системи теоретичних знань щодо різновидів реклами, проблем взаємодії із цільовою аудиторією, організаційно-практичних аспектів планування рекламної кампанії, медіа-планування, дослідження ефективності рекламного впливу, сучасних напрямків розвитку реклами та низки інших питань, що сприяють досягненню відповідних результатів навчання. Метою навчальної дисципліни «Реклама та PR-технології в соціокультурній сфері» 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 реклами. Завданням вивчення дисципліни «Реклама та PR-технології» є теоретична та практична підготовка студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань: - 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.
Компетентності: 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.

Програмні результати навчання:
РН2. Збирати та впорядковувати інформацію.
РН3. Організовувати професійний час.
РН4. Здійснювати практичну діяльність відповідно до чинного законодавства.
РН6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.
РН9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.
РН12. Формулювати, аргументувати професійні знання.
РН13. Обгрунтовувати управлінські рішення.
РН14. Оцінювати наслідки прийнятих організаційно-управлінських рішень.
РН15. Вміти встановити діалог з різними професійними суб'єктами та групами.
РН16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.
РН19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	**Тема 1. Реклама як соціокультурний феномен**	Ознайомитися з сутністю, цілями, завданнями реклами, класифікацією реклами, в тому числі за характером рекламного впливу.	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	**Тема 2. Види реклами**	Ознайомитись із основними різновидами реклами: реклама в засобах масової інформації; зовнішня реклама; реклама на транспорті; реклама на місцях продажів; сувенірна реклама; друкована реклама; пряма реклама; реклама в інтернеті.	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	**Тема 3. Історія виникнення й розвитку реклами**	Розглянути зародження реклами у стародавні часи, її основні форми. Проаналізувати розвиток реклами в Західній Європі та США.	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	**Тема 4. Становлення і розвиток рекламної справи в Україні**	Ознайомитись із формами потореклами. Розглянути зародження й розвиток реклами і рекламних комунікацій у Давньоруській державі, рзвиток рекламних засобів і комунікацій у XV-XVIII ст. Проаналізувати зародження української преси та реклами за радянських часів	Питання, тести, самостійна практична робота
5.	**Тема 5. Рекламні звернення**	Ознайомитись з основами розробки та створення рекламних звернень. Проаналізувати особливості художнього оформлення друкованих рекламних звернень.	Питання, тести, самостійна практична робота
6.	**Тема 6. Психологічні основи реклами**	Розглянути рекламу як метод впливу на поведінку споживачів. Вивчити основні аспекти мотивація поведінки споживача та процес сприйняття реклами. Проаналізувати особливості чуттєвої реакції на рекламу.	Питання, тести, самостійна практична робота
7.	**Тема 7. Цільова аудиторія рекламних звернень**	Ознайомитися з основними аспектами визначення, сегментування та можливостями впливу та обміну інформацією з цільовими аудиторіями.	Питання, тести, самостійна практична робота

8.	**Тема 8. Планування рекламної кампанії**	Ознайомитися з основними аспектами підготовки рішень щодо початку рекламної кампанії, планування та реалізація рекламної кампанії, вивченя результатів рекламної кампанії.	Питання, тести, самостійна практична робота
9.	**Тема 9. Медіапланування як складова організації планування рекламної діяльності**	Ознайомитися із поняттям та завданнями медіапланування, розробкою основних рішень у сфері медіапланування. Розглянути основні медіапараметри та їх характеристику, особливості застосування, переваги та недоліки основних засобів розповсюдження реклами	Питання, тести, самостійна практична робота
10.	**Тема 10. Нові напрямки розвитку реклами**	Розглунути наступні наапрямки розвитку реклами: брендинг, сучасні форми директ-маркетингу, реклами в Internet, Internet-таргетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота
11.	**Тема 11. Світовий досвід рекламної діяльності**	Проаналізувати особливості міжнародного ринку реклами, а також норми, правила та законодавче забезпечення рекламної діяльності в Центрально-Східній Європі, США і країнах Західної Європи. Розглянути міжнародне нормативне регулювання рекламної діяльності	Питання, тести, самостійна практична робота
12.	**Тема 12. Контроль та оцінка ефективності рекламної діяльності**	Розглянути поняття, рівні та види контролю рекламної діяльності. Ознайомитись з тактичним контролем реклами і його завданнями, стратегічним контролем рекламної діяльності.	Питання, тести, самостійна практична робота
13.	**Тема 13. Рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності**	Ознайомитися з діяльністю рекламних агенції та їх функціями, критеріями вибору рекламної агенції. Розглянути типи рекламних агенцій, структуру рекламної агенції та функції її підрозділів.	Питання, тести, самостійна практична робота
14.	**Тема 14. Рекламне законодавство України**	Ознайомитися із Законом України "Про рекламу", Законом України "Про захист від недобросовісної конкуренції", Законом України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", законодавством України, що опосередковано стосується реклами.	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*				
Сем 1	Сем 2	Сем 3	Сем 4	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8	Сем 9	СРС 1	СРС 2	Семестрова контрольна робота		

5	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**10**	**10**	**10**		
Max= 50									**Max= 20**		**Max= 10**	**20**	**100**

6. Ресурсне забезпечення

1. Владимирська, Г. О., Владимирський П.О. Реклама : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
2. Джефкінс Ф. Реклама: практ.посібник. Пер. з 4-го англ. вид. Київ : Знання, 2001. 456 с.
3. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз: навч. Посібник. Рек. МОН. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
4. Закон України «Про рекламу». Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39/ URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр
5. 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.
6. Закон України «Про соціальні послуги» від 19.06.2003 №966-IV. Голос України. 2003. 22 лип.
7. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. Посібник. Київ : ЦУЛ, 2020. 202 с.
8. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. Посібник. Київ : ЦУЛ, 2013. 202 с.
9. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Рек. МОН. Київ : ЦУЛ, 2013. 211 с.
10. Тєлєтов О. С. Рекламний менеджмент : підручник. Рек. МОН; 3-тє вид., випр. Суми : Університетська книга, 2021. 367 с.
11. Балабанова, Л. В. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Професіонал, 2008. 528 с.
12. Пізнюк, Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ : Ун-т «Україна», 2005. 239 с.
15. Білоус В. С. Зв'язки з громадкістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності. Київ : КНЕУ, 2005. 275 с.

Допоміжна

17. Королько В.Г Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика. Київ., 2001. 400с.
18. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. Київ, 2000. 368 с.
19. 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.
20. 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.
21. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю. Київ, 2001. 558с.
22. Українське законодавство: засоби масової інформації. Київ, 2004. 368 с.
23. Мей К. Інформаційне суспільство. Київ, 2004. 220с.

7. Контактна інформація

Кафедра	управління соціокультурноюдіяльністю, 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 доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» 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.
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.