

Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника

**Кафедра журналістики**

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор \_\_\_\_\_  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Реклама в PR та Інтернеті**

**Спеціальність «Журналістика»**

**Факультет філології**

Івано-Франківськ – 2022 рік

Робоча програма «Реклама в PR та Інтернеті» для студентів спеціальності «Журналістика», 11 с.

Розробник:

Марчук Наталія Василівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики

Протокол від “31”серпня 2022 р. № 1

Завідувач кафедри:

\_\_\_\_\_ (проф. Холод О.М.)

“31”серпня 2022 р.

Схвалено методичною радою факультету філології.

Протокол від “ ” серпня 2022 р. № 1

“ ” 2022 р.

Голова \_\_\_\_\_ (доц. Мартинець А.М.)

Декан факультету філології

\_\_\_\_\_ (проф. Голод Р.Б.)

### Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6.0	Галузь знань 06 Журналістика Спеціальності 061 Журналістика	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність (професійне спрямування):	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 2		4-й	____-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ _____ (назва)		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин - 180		2-й	____-й
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 8	Освітній рівень: бакалавр	24 год.	__ год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		34 год.	__ год.
		<b>Лабораторні</b>	
		__ год.	__ год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		122 год.	__ год.
		<b>Індивідуальні завдання:</b> __ год.	
		Вид контролю: залік	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1:2

для заочної форми навчання – немає

## Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета.** Метою навчального курсу є формування в студентів-журналістів теоретичних знань та практичних навичок рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю.

**Завданням** навчальної дисципліни є вивчити сутність реклами і рекламної діяльності; надати практичні навички рекламної комунікації; розкрити функції реклами; ознайомитися з основними та допоміжними засобами реклами; вивчити інструменти рекламної діяльності; вивчити основні принципи зв'язків з громадськістю; навчитися розробляти PR-стратегію; навчити використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення при проведенні рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю.

Дисципліна забезпечує набуття студентами **компетентностей**.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;

СК 02. Здатність формувати інформаційний контент;

СК 03. Здатність створювати медіапродукт;

СК 04. Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність;

СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

*Програмні результати навчання:*

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції

ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків,

ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

### Програма навчальної дисципліни

**Тема 1.** Реклама у системі маркетингу

**Тема 2.** Маркетингові дослідження ринку

**Тема 3.** Розробка рекламного звернення

**Тема 4.** Організація рекламної діяльності

**Тема 5.** Поняття, сутність і форми зв'язків з громадськістю.

**Тема 6.** Форми інформаційної роботи PR. Технічні засоби PR.

**Тема 7.** Контроль та ефективність діяльності у сфері PR та реклами

**Тема 8.** PR у конфліктних та кризових ситуаціях.

**Тема 9.** Корпоративний PR.

**Тема 10.** Комуникант компанії та корпоративна культура.

### Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьо го	у тому числі					усьог о	у тому числі				
		л	п	ко нт р.	і н д	с. р.		л	п	ла б	ін д	с.р .
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
Тема 1. Реклама у системі маркетингу		2	2			10						
Тема 2. Маркетингові дослідження ринку		2	2			10						
Тема 3. Розробка рекламного звернення		2	4			10						
Тема 4. Організація рекламної діяльності		2	4			10						
Тема 5. Поняття, сутність і форми зв'язків з громадськістю.		2	2			10						
Тема 6. Форми інформаційної роботи PR. Технічні засоби PR.		2	4			10						

Тема 7. Контроль та ефективність діяльності у сфері PR та реклами		2	4			12						
<b>Змістовий модуль 2.</b>												
Тема 8. PR у конфліктних та кризових ситуаціях.		2	2			10						
Тема 9. Корпоративний PR.		2	2			10						
Тема 10. Комуникант компанії та корпоративна культура.		2	2			10						
Тема 11. Практичне завдання		2	2			10						
Тема 2. Практичне завдання		2	2			10						
<b>Усього годин</b>		24	34			122						

### Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Реклама у системі маркетингу	2
2	Маркетингові дослідження ринку	2
3	Розробка рекламного звернення	4
4	Організація рекламної діяльності	4
5	Поняття, сутність і форми зв'язків з громадськістю.	2
6	Форми інформаційної роботи PR. Технічні засоби PR.	4
7	Контроль та ефективність діяльності у сфері PR та реклами	4
8	PR у конфліктних та кризових ситуаціях.	2
9	Корпоративний PR.	2
10	Комуникант компанії та корпоративна культура.	2
11	Практичне завдання	2
12	Практичне завдання	2
	<b>Разом</b>	34

### Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Відмінність PR, пропаганди і реклами.	12
	Стереотипи у PR діяльності.	10
	Підготовка PR-кампаній.	20
	Корпоративна соціальна відповідальність як складова PR діяльності	10
	Цінності бренду в рекламній діяльності.	10
	Аналіз PR-проекту і PR-кампанії.	10
	Корпоративна культура.	10
	Аналіз кейсів антикризових комунікацій.	20
	Людина-бренд.	10
	Аналіз рекламної кампанії.	10
	<b>Разом</b>	<b>122</b>

### Індивідуальні завдання

Завдання практичного характеру – написання текстів у різних жанрах та з використанням різноманітних прийомів. Аналіз проведення PR-кампаній та акцій, створення промо матеріалів та макетів брендованої продукції. Проходження курсів на платформі Coursera.

### Методи навчання

Словесні – розповідь, пояснення; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – практична робота, самостійна робота, індивідуальні завдання, творчі завдання.

### Методи контролю

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування. Письмовий контроль у вигляді контрольних робіт чи тестувань.

### Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота						Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			
Т	СР	ІЗ	Т	СР	КР	
25	10		25	10	30	100

- Т – теми практичних занять;  
СР – самостійна робота;  
ІЗ – індивідуальне заняття;  
КР – контрольна робота.

### **Методичне забезпечення**

1. Опорні конспекти лекційних та практичних занять.
2. Нормативні документи.
3. Ілюстративний матеріал.

### **Рекомендована література**

#### *Основна:*

1. Maarek, Philippe J. Campaign Communication and Political Marketing. Chichester: Wiley-Blackwell, 2011. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: Вид.4 анг., Вид.2 укр. – К.: Знання, 2008.
2. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ :Центр учбової літератури, 2017. 366 с
3. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
4. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 270/96-ВР // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
5. Марчук Н.В. Використання інструментів PR в органах місцевого самоврядування на прикладі Івано-Франківської області. Вісник Прикарпатського університету. Політологія. Випуск 14, 2020. с.55-59
6. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.
7. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 104 с.

#### *Допоміжна:*

1. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.
2. Григоренко В., Телетов О. Оцінка економічної ефективності рекламної кампанії як важливої складової маркетингової діяльності малих

та середніх підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління, № 4 (12), 2017.С. 115-122.

3. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.

4. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом /О. В. Кендюхов : монографія. – НАН України, Інститут економіки промисловості ;ДонУЕП, 2008. – 363 с.

5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2003. 440 с.

6. П.Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с

7. Маркетинговий менеджмент : навч. посібн. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Вид. «Хімджест», 2008. – 288 с.

8. Рекламний менеджмент: підручник. Національний університет біоресурсів і природокористування України; уклад.: Я. С. Ларіна, Л. В. Забуранна та ін. К. : ЦП «Компринт», 2017. 323 с.

9. Савицька Н. Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджменті навч. посібник. Харків: вид-во Іванченко, 2015. 169 с.

#### *Інтернет-ресурси*

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: [sostav.ua](http://sostav.ua).

2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>.

3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.

4. Журнал «Маркетинг і реклама» <https://www.mr.com.ua/>

5. ЛігаБізнесІнформ. – Режим доступу : <http://www.liga.net>

6. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL:[www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

7. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.

8. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

**Викладач: Марчук Наталія Василівна**