

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



**Навчально-науковий Інститут мистецтв**

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Реклама та PR-технології**

---

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Освітня програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту  
Протокол № 1 від 30 серпня 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Реклама і PR-технології
<b>Викладач</b>	Дутчак Олена Іванівна, доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380980623468
<b>Е-mail викладача</b>	<a href="mailto:olena.dutchak@pnu.edu.ua">olena.dutchak@pnu.edu.ua</a>
<b>Формат дисципліни</b>	очний/заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	6 кредитів ECTS, 180 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/71bd396e124b32cc75a2">https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/71bd396e124b32cc75a2</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p>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. Нові напрямки розвитку реклами (хостинг, фрайдрайзинг, превентивний маркетинг). Світовий досвід рекламної діяльності. Рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності. Рекламне законодавство України.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p><b>Метою</b> 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><b>Завданням</b> 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"> <li>- реклама як соціокультурний феномен сучасного світу,</li> <li>- види реклами,</li> <li>- історія виникнення й розвитку реклами в Україні та світі,</li> <li>- психологічні засади реклами,</li> <li>- рекламні звернення,</li> <li>- організаційні аспекти розвитку реклами,</li> <li>- сучасні напрямки розвитку реклами (хостинг, фрайдрайзинг, превентивний маркетинг),</li> </ul>	

- світовий досвід рекламної діяльності,
- рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності,
- рекламне законодавство України.

#### 4. Програмні компетентності та результати навчання

ФК 12. Здатність оцінювати специфіку застосування принципів управління в соціокультурному менеджменті. Уміння формулювати та ініціювати нові ідеї, формулювати їх мету завдання, необхідні ресурси. Уміння використовувати загальнонаукові та креативні методи пізнання у професійній діяльності. Здатність застосовувати знання у практичній діяльності, адаптуватися до нових ситуацій, генерування нових ідей(творчості), до ініціативи та підприємництва, відповідальність за якість, прагнення до успіху.

ПРН 8. Здатність до формування логіки економічного мислення та сучасної економічної культури. Уміння приймати обгрунтовані рішення з приводу економічних, соціокультурних проблем, пов'язаних з майбутньою практичною діяльністю.

ПРН 9. Здатність обгрунтувати економічну доцільність напрямків розвитку підприємства, проводити розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності, а також знати методіку планування діяльності організації і складання бізнес-планів, розробки комплексного підходу до бізнес- планування в галузі соціокультурної діяльності.

ПРН 10. Набути системи спеціальних знань спрямованих на пізнання методіки планування діяльності організації і складання бізнес-планів, розробки комплексного підходу до бізнес- планування в галузі соціокультурної діяльності. Знати теорії та методології управління якістю як засобу досягнення комерційних успіхів підприємства у сфері соціокультурної діяльності на основі ефективного використання його потенціалу з орієнтацією на споживача в умовах конкурентного середовища.

#### 5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 180 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	30
семінарські заняття / практичні / лабораторні	30
самостійна робота	120

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»	4	Нормативний (цикл загальної підготовки)

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб

Тема 1. Реклама як соціокультурний феномен	2	2	10
Тема 2. Види реклами	4	4	10
Тема 3. Історія виникнення й розвитку реклами	2	2	10
Тема 4. Психологічні основи реклами	2	2	10
Тема 5. Рекламні звернення	4	4	10
Тема 6. Цільова аудиторія рекламних звернень	2	2	10
Тема 7. Організаційні аспекти розвитку реклами	2	2	10
Тема 8. Нові напрямки розвитку реклами	4	4	10
Тема 9. Світовий досвід рекламної діяльності	2	2	10
Тема 10. Контроль та оцінка ефективності рекламної діяльності	2	2	10
Тема 11. Рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності	2	2	10
Тема 12. Рекламне законодавство України	2	2	10
ЗАГ.	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>120</b>

#### 6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання курсу	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поточний;</li> <li>• підсумковий семестровий (підсумкова контрольна робота).</li> </ul> <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – A, B, C, D, E, FX, F).</p> <p><b>Поточний контроль</b> проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із</p>
-----------------------------------	---

	<p>зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 40%).</p> <p><b>Підсумковий семестровий контроль</b> – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті у формі письмової контрольної роботи. На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 30 балів.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмова робота включає 3 блоки завдань за тематикою курсу.</p> <p>Студенти денної форми навчання завершують її виконання і здають на 9-му занятті практичного курсу. Студенти заочної форми – за 10 днів до початку сесії. Робота виконується у електронному вигляді.</p>
Практичні заняття	Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.
<b>7. Політика навчальної дисципліни</b>	
Академічна доброчесність	Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника ( <a href="https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Нова-редакція-Положення-про-запобігання-академічному-плагіату.pdf">https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Нова-редакція-Положення-про-запобігання-академічному-плагіату.pdf</a> ).
Відвідування занять	Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски

	практичних заняттях відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.
Неформальна освіта	Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.

### **8. Рекомендована література**

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс /Наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім.В.І. Вернадського. Київ, 2010. 360 с.
2. Горовий В. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства / НАН України, Нац. б-ка України ім.В.І. Вернадського. Київ, 2005.
3. 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.
6. Королько В.Г Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика. К., 2001. 400с.
7. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. К, 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. К., 2001. 558 с.
- 11.Українське законодавство: засоби масової інформації. К, 2004. 368 с.
- 12.Мей К. Інформаційне суспільство. К., 2004. 220с.

*Дутчак О.І., доцент кафедри управління  
соціокультурною діяльністю,  
шоу-бізнесу та івентменеджменту*