

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ ТА PR-ДІЯЛЬНОСТІ

Тип дисципліни	Вибіркова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	-
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: **визначати** рекламу та PR; **характеризувати** принципи, функції і завдання реклами і PR у суспільстві; **планувати та проводити** заходи рекламної та PR-комунікації; **будувати** аналітичні порівняльні таблиці маркетингових комунікацій; **створювати** матриці сучасних інтегрованих комунікаційних комплексів; **складати** стратегічні та тактичні плани рекламної та PR-комунікації; **застосовувати** види, форми реклами та PR для просування певних ринкових об'єктів.

Зміст навчальної дисципліни. Поняття реклами і PR. Типологія реклами і паблік рилейшнз. Система маркетингових комунікацій. Сучасні інтеграційно-комунікаційні комплекси. Суб'єкти інформаційного ринку: засоби масової інформації, рекламні та PR агентства тощо. Основні учасники PR-рекламного бізнесу. PR-риннок: стан, обсяги, тенденції. Рекламний риннок: структура, обсяги, динаміка. Регулювання PR та рекламної діяльності. рекламного тексту. Правила написання, підготовка й розміщення рекламних матеріалів. PR- тексти. Спічрайтинг та особисте спілкування. «Кольоровий» PR. Бюджет PR та рекламних кампаній.

Запланована навчальна діяльність: не менше 1/3 від загального обсягу годин.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (дискусії, навчальні ігри, case study (метод практичних ситуацій)); самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), презентація результатів виконання індивідуальних завдань; самоконтроль.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник. 2-е вид.-я, доп. – Київ : ВД «Скарби», 2001. – 265 с.
2. Ньюсом Д. Все о PR. Теория и практика паблік рилейшнз/ Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. – 7-е изд.-е / Пер. с англ. – Москва : ИНФРА-М, 2001. – 425 с.
3. Ольшанский Д. Политический PR. Санкт-Петербург : «Питер», 2003. – 544 с.
4. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [В. Ф. Іванов та ін.; за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна]; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київський університет, 2011. – 431 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.

Викладачі: канд. політ. наук, доцент Заславська О.О.