

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



ІН Інститут мистецтв

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Реклама та PR-технології в соціокультурній сфері

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 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Реклама та PR-технології в соціокультурній сфері
Викладач (-і)	Дутчак Олена Іванівна, кандидат історичних наук, доцент
Контактний телефон викладача	+380994607890
Е-mail викладача	olena.dutchak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ECTS, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
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. мовне, інформаційне та рекламне законодавство України. Діловодство державною мовою як складова діяльності в соціокультурній сфері. Складання та оформлення організаційно-розпорядчих документів державною мовою. Складання та оформлення довідково-інформаційних документів. Робота з документами особового складу. Документообіг. Спеціалізована документація.	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
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. 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, мовне, інформаційне та рекламне законодавство України, діловодство державною мовою як складова діяльності в соціокультурній сфері, складання та оформлення організаційно-розпорядчих документів державною мовою, складання та оформлення довідково-інформаційних документів, спеціалізована документація.	
4. Програмі компетентності та результати навчання	
Інтегральна компетентність :Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичних проблем у соціокультурній сфері, у галузі освіти і науки, креативної економіки та культурних практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і мистецтва та характеризується комплексністю та невизначеністю	

умов.
ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.
ЗК 7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК 8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
ЗК 9. Здатність працювати в команді.
ЗК 13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
СК 20 Здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, технологічні аспекти формування ринку культури.
СК 23 Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблему та знаходити конструктивні рішення.
СК 24. Здатність планувати, управляти, та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень.
СК 25. Здійснювати розподіл повноважень і відповідальності на основі їх делегування.
СК 31. Здатність розробляти соціокультурні проекти та забезпечувати їх операційну реалізацію.
СК 34. Здатність створювати соціокультурні послуги.
ПРН 2. Збирати та впорядковувати інформацію.
ПРН 3. Організовувати професійний час.
ПРН 4. Здійснювати практичну діяльність відповідно до чинного законодавства.
ПРН 6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.
ПРН 9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.
ПРН 12. Формулювати, аргументувати професійні знання.
ПРН 13. Обґрунтовувати управлінські рішення.
ПРН 14. Оцінювати наслідки прийнятих організаційно-управлінських рішень.
ПРН 15. Вміти встановити діалог з різними професійними суб'єктами та групами.
ПРН 16. Знати як застосовувати сучасні технології управління людськими ресурсами.
ПРН 19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 180 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	34
семінарські заняття / практичні / лабораторні	36
самостійна робота	110

Ознаки курсу

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

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Реклама як соціокультурний феномен	2	2	6
Тема 2. Види реклами	4	4	6

Тема 3. Рекламні звернення	2	2	8
Тема 4. Цільова аудиторія рекламних звернень	2	2	8
Тема 5. Нові напрямки розвитку реклами	2	2	6
Тема 6. Світовий досвід рекламної діяльності	2	2	8
Тема 7. Контроль та оцінка ефективності рекламної діяльності	2	2	6
Тема 8. Рекламні агенції та їх роль в організації рекламної діяльності	2	2	8
Тема 9. Мовне, інформаційне та рекламне законодавство України	4	2	8
Тема 10. Діловодство державною мовою як складова діяльності в соціокультурній сфері	2	2	8
Тема 11. Складання та оформлення організаційно-розпорядчих документів державною мовою	2	4	6
Тема 12. Складання та оформлення довідково-інформаційних документів	2	4	8
Тема 13. Робота з документами особового складу	2	2	8
Тема 14. Документообіг	2	2	8
Тема 15. Спеціалізована документація	2	2	8
ЗАГ.:	34	36	110

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання курсу	Форми контролю знань студентів: • поточний; • підсумковий семестровий (залік). Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (п. 8.3. Види контролю «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Наказ ректора № 417 від 03.07.2023 р.). 100-бальна шкала переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – А, В, С, D, E, FX, F). Загальні 100 балів включають: Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із 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 – 50%). Контроль самостійної роботи дозволяє оцінити рівень сформованості відповідних компетентностей. Виконується на платформі D-Learn за тематикою курсу (оцінюється від 0 до 10 балів) та у формі есе (письмова робота в електронному вигляді) – (оцінюється від 0 до 5 балів). Загальна питома вага оцінки за контроль самостійної роботи – 15 %. Семестрова контрольна робота – дозволяє оцінити рівень сформованості відповідних компетентностей. Виконується на платформі D-Learn за тематикою курсу. Питома вага оцінки – 15%. Тестовий контроль проводиться двічі за семестр. Кожен з яких оцінюється у 10 балів. Загальна максимальна кількість балів, відповідно, 20. Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті. Підсумковий семестровий контроль – сума балів поточного контролю, семестрової контрольної роботи та контролю самостійної роботи. Підсумковий семестровий контроль виносяться на останню академічну годину (практичне заняття) опанування курсу.
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота включає певні теми завдань за тематикою курсу. 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.
Практичні заняття	Оцінюється у п'ятибальній шкалі Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються й множаться на коефіцієнт.
Умови допуску до підсумкового контролю	Отримання інтегральних результатів до останнього заняття – 25 балів. Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академічної заборгованості за встановленими правилами.
7. Політика навчальної дисципліни	
Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 4 сторінок
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 академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» і опубліковано їх на сайті. В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом вашої розумової праці та творчості. Якщо ви подали роботу когось іншого, повністю або частково, без належного

	цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі)
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».
Неформальна освіта	Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, та інші, які відповідають програмі навчальної дисципліни. Рекомендовані: 1. Нативна реклама. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/native-ads/ 2. Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям?. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/resisting-media-manipulation/ 3. Медіаграмотність: практичні навички. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/mediagramotnist-praktichni-navichki/

8. Рекомендована література

1. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства: практикум. Кривий Ріг: КДПУ, 2020. 112 с.
2. Гордієнко К. Д. Діловодство в роботі секретаря: практичний посібник. Київ : ЦУЛ, 2019. 304 с.
3. ДСТУ 4163-2020 Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів (на заміну ДСТУ 4163-2003 Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів. [Чинний від 1 вересня 2021]. Київ. Держспоживстандарт України, 2020.
4. Дутчак О. І., Шикеринець В.В., Орлова В.В. Масові комунікації в системі PR-менеджменту підприємств соціокультурного сервісу. Наукові перспективи. 2022. № 6(24). С. 82-91.
5. Дутчак О.І., Федорак В.В., Шикеринець В.В., Маланюк Т.З., Базіняк І.І. Реклама та PR-технології в соціокультурній сфері: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. 2024. 44 с.
6. 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.
7. Закон України «Про рекламу». Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39/ URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vp>
8. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с.
9. Лі Річ Міфі про PR / пер. з англ. І. Семенюк. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 272 с.
10. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. Посібник. Київ : ЦУЛ, 2020. 202 с.
11. Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник. Рек. МОН; 3-тє вид., випр. Суми: Університетська книга, 2021. 367 с.
12. 10.1.2 ДСТУ 3843-99 Державна уніфікована система документації. Основні положення. [Чинний від 2000-07-01]. Київ. Держстандарт України, 2000. 7 с.
13. 10.1.3 ДСТУ 3844-99 Державна уніфікована система документації. Формуляр-зразок. Вимоги до побудови. [Чинний від 2000-07-01]. К.: Держстандарт України, 2000. 8

с.

14. Закон України «Про соціальні послуги» від 19.06.2003 №966-IV. Голос України. 2003. 22 лип.

15. 10.1.4 ДСТУ 2732-2004. Діловодство і архівна справа. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2005-07-01]. К. : Держспоживстандарт України, 2005. 33 с.

16. 10.1.5 ДСТУ 8889:2019 Документи з паперовими носіями. Правила зберігання національного архівного фонду. Технічні вимоги. [Чинний від 2020-10-01]. URL: https://undiasd.archives.gov.ua/doc/proekt_dstu_zber_naf.pdf.

17. 10.1.6 ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. [Чинний від 2016-07- 01]. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 16 с.

18. 10.1.7 Класифікатор управлінської документації НК 010:2021 (на заміну ДК 010-98 Державний класифікатор управлінської документації. [Чинний від 19.04.2021]. К., 2021. 26 с.

19. 10.1.8 Анісімова О., Лукаш Г., Вишинська І. Місце та роль ДСТУ 4163:2020 «Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» у системі чинних документів із справочинства. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. № 4. 2021. С. 5-14

Інформаційні ресурси

1. Всеукраїнська рекламна коаліція: веб-сайт. URL : <http://vrk.org.ua/>.

2. Ресурси в Інтернеті: Маркетинг, Продажі, Реклама: веб-сайт. URL :

3. http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15.

4. Реклама та піар – КРАПКА : веб-сайт. URL : <https://krapka.rv.ua/reklamata-piar/>.

5. Глосарій сфери інтернет-реклами ІНАУ : веб-сайт. URL : [https://inau.ua/proek](https://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy)

6. [ty/glosariy-sfery-internet-reklamy](https://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy).

7. Українська асоціація маркетингу: веб-сайт. URL : <http://uam.in.ua>.

8. Незалежний інформаційний проект про маркетинг «Правильний маркетинг» :

9. веб-сайт. URL : <http://4p.net.ua>.

10. Маркетинг очима світил науки : веб-сайт. URL : <http://bredmarketing.bigmir.net>.

11. Блог експериментального маркетингу : веб-сайт. URL : [http://www.kul-](http://www.kul-blog.com)
[blog.com](http://www.kul-blog.com).

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