

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

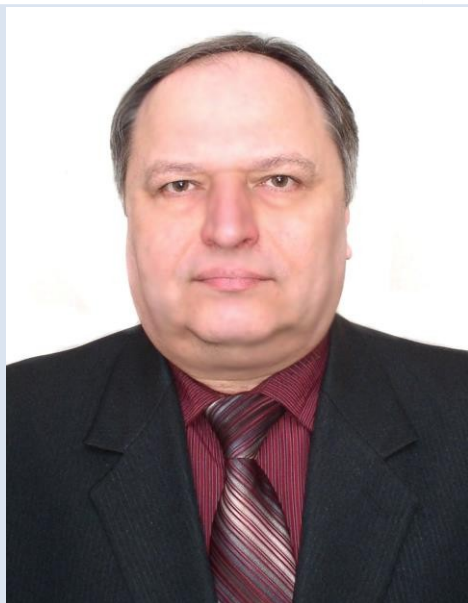


## PR ТА РЕКЛАМА

спеціальність	054 Соціологія	обов'язковість дисципліни	Вибіркова
освітня програма	Соціологія	факультет	Менеджменту, адміністрування та права
освітній рівень	Перший (бакалаврський)	кафедра	Маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

## ВИКЛАДАЧ

### Тарасов Ігор Юрійович



**Вища освіта - спеціальність «Економіка»**

**Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 - економіка та управління національним господарством.**

**Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.**

**Досвід роботи - більше 30 років**

**Показники професійної активності з тематики курсу:**

- автор більш ніж 200 наукових праць., в тому числі, навчальні посібники - 2, монографій - 5 (у співавторстві);
- досвід роботи головою експертної комісії щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» зі спеціальності 5.03050701 «Маркетингова діяльність» у ЖТЕК КНТЕУ (наказ МОН № 897-А від 06.06.17 р.); у ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» (наказ МОН № 1154-Л від 13.06.2018 р.); в Державному вищому навчальному закладі «Чернівецький індустріальний коледж» (наказ МОН № 321-Л від 17.04.2019 р.).
- Член Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій, учасник освітньо-науково-виробничого кластеру «Повноцінне харчування: інноваційні аспекти технології, енергоефективного виробництва та маркетингу».
- Підготовлено 2 переможців регіональних конкурсів студентських наукових робіт з маркетингу
- Учасник наукових і методичних конференцій

телефон	0673788299	електронна пошта	igor_tarasov@ukr.net	дистанційна підтримка	Moodle
---------	------------	------------------	----------------------	-----------------------	--------

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

**Мета** формування у здобувачів вищої освіти компетентностей та системи знань щодо базових категорій PR та реклами, методів

	проведення розробки та дослідження ефективності відповідних програм, набуття практичних навичок щодо їх використання та аналізу в процесі здійснення професійної діяльності.
Формат	лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"> <li>Аналізувати й оцінювати рівень ефективності PR та рекламних дій у діяльності підприємства, вміти розробляти PR та рекламну кампанію / <b>індивідуальні практичні завдання</b></li> <li>Знати специфіку PR та реклами у різних галузях / <b>індивідуальні практичні завдання</b></li> <li>Володіти методами розробки ефективної PR та рекламної кампанії / <b>індивідуальні практичні завдання</b></li> <li>Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані рішення / <b>тренінг , командний проект.</b></li> </ul>
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 години лекцій, 18 години практичних занять; 60 годин самостійної роботи, модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	згідно з навчальним планом

#### ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМИ

Компетенції	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК03. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК05. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК06. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>СК03. Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.</p> <p>СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.</p> <p>СК06. Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.</p> <p>СК12. Здатність здійснювати комплекс заходів щодо вирішення соціальних (соціально-економічних, соціально-політичних, освітніх, культурних та ін.) проблем, які безпосередньо чи опосередковано впливають на творення соціальних цінностей, формування соціальної безпеки індивідів і груп, задоволення їх соціальних потреб та інтересів.</p>	Програмні результати навчання	<p>ПРН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.</p> <p>ПРН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.</p> <p>ПРН06. Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач.</p> <p>ПРН07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.</p> <p>ПРН08. Обґрунтовувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.</p> <p>ПРН09. Вміти розробляти програму соціологічного дослідження.</p> <p>ПРН10. Володіти навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.</p> <p>ПРН11. Презентувати результати власних досліджень для фахівців і нефахівців.</p>
-------------	---	-------------------------------	---

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

### Модуль 1. СУТНІСТЬ ТА ТЕХНОЛОГІЇ PR

Лекція 1	Поняття та сутність PR	Семінарське заняття	Поняття та сутність PR	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Вивчення питань, винесених на самостійну роботу.
Лекція 2	Організація PR-кампаній	ПЗ 1, питання для дискусії	Організація PR-кампаній		
Лекція 3	Відносини зі споживачами у PR	Семінарське заняття	Відносини зі споживачами у PR		
Лекція 4	PR під час кризи	ПЗ 2, питання для дискусії	PR під час кризи		

### Модуль 2. РЕКЛАМА ТА ЇЇ МІСЦЕ У БІЗНЕС-ПРОЦЕСАХ

Лекція 5	Поняття та сутність реклами	Семінарське заняття	Поняття та сутність реклами	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Вивчення питань, винесених на самостійну роботу.
Лекція 6	Класифікація реклами та характеристика її засобів	Семінарське заняття	Класифікація реклами та характеристика її засобів		
Лекція 7	Розробка рекламної кампанії	ПЗ 3, питання для дискусії	Розробка рекламної кампанії		
Лекція 8	Управління рекламою				

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	1. Тарасов І.Ю. Навчально-методичний посібник у структурно-логічних схемах «Паблік рилейшнз». Харків: Видавництво Іванченко І.С., 2015. 100 с.	Методичне забезпечення	1. Спілка рекламистів України [Електроний ресурс] – Режим доступу: <a href="http://reklamspilka.in.ua/">http://reklamspilka.in.ua/</a>
	2. Тарасов І.Ю. Маркетингові комунікації. Методичні вказівки до самостійного вивчення курсу для студентів денної та заочної форми навчання. Харків: ХДУХТ, 2015. 32 с.		2. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електроний ресурс] – Режим доступу: <a href="https://vrk.org.ua/ad-market/">https://vrk.org.ua/ad-market/</a>
	3. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: вид-во Іванченко, 2015. 169 с.		3. Українська асоціація PR [Електроний ресурс] – Режим доступу: <a href="https://uapr.com.ua/">https://uapr.com.ua/</a>
			4. Міжнародний професійний журнал «Маркетинг та реклама» [Електроний ресурс] – Режим доступу: <a href="http://www.mrg.com.ua">www.mrg.com.ua</a>

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 50	50% від усередненої оцінки за модулі
		до 50	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 50	відповіді на тестові питання
		до 20	усні відповіді на лабораторно-практичних заняттях
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи

## НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.