Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Голова науково-методичної ради
факультету систем і засобів масової
комунікації_____
_____ Юлія ГАРКАВЕНКО
«_30__»____серпня____2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК __2.6_____ Управління рекламними та ПР-структурами

шифр із ОПП і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти: ***магістр***

галузь знань **Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

спеціалізація _____
(за наявності)

освітня програма ***Реклама і зв'язки з громадськістю***

рік набору 2023 /2024_ форма навчання денна термін навчання __1,4_____

вид дисципліни _____***обов'язкова***_____

Розробник: доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент Лященко Анжела Вадимівна
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання *підпис*

Погоджено гарант ОП _____ __Владлена МИРОНЕНКО_____
(підпис) (ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від «2 3 »__ ч е р в н я _ _ _ _ _ _ _ 2023_____ року №__18_____

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол від «_3 0 _ _ » _ _ с е р п н я _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ 2023_____ року №__1_____

Дніпро
2023

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік (роки*) викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивіду-альні завдання		Кредитів ECTS	Обсяг роботи студента (години)						
			екзамен	диф.залік	залік	курсова робота	форма	кількість		всього	Аудиторні					самостійна робота
											всього аудиторних	лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	
2023/24	1	1		+					3	90	32	16	16			58
20__/__																
20__/__																
20__/__																

** Робоча програма (РП) розробляється на повний цикл навчання за навчальною дисципліною, тобто зазначаються усі семестри викладання за ОП , якщо дисципліна викладається декілька років.*

1. Мета дисципліни

Метою навчальної дисципліни є отримання здобувачами вищої освіти системи спеціальних знань з управлінського досвіду галузі реклами і зв'язків з громадськістю та набуття практичних навичок створення рекламної та ПР-агенції(департаменту) з усвідомленням впливу на економічну, політичну та соціальну роль компанії(організації, установи) при формуванні ціннісних орієнтацій як індивідууму так і супільства.

Вивчення дисципліни забезпечує формування компетентностей за ОП:

СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.
СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.
СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.
Компетентності, визначені закладом вищої освіти:
СК08. Здатність створювати рекламний продукт, формувати рекламне звернення та презентувати його клієнту.

Watermarkly

СК09. Здатність демонструвати цінності рекламованого продукту з урахуванням соціально-культурних факторів ринкового середовища.
СК10. Здатність розробляти, створювати та редагувати рекламні матеріали, рекламні та/або PR-тексти.
СК11. Здатність враховувати тенденції та перспективи розвитку сфери рекламної та PR-діяльності в умовах глобалізації та світової трансформації.
СК12. Здатність планувати, впроваджувати, супроводжувати та оцінювати рекламні та/або PR-кампанії, розроблені для організацій, установ, підприємств.
СК13. Здатність до розробки стратегічних концепцій рекламних та PR-проєктів, керівництво проєктною діяльністю, оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проєктів, готувати звіти за результатами діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Передумови для вивчення відсутні

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1	Знати історію рекламної та ПР-діяльності, теоретичні засади створення рекламних повідомлень та побудови зв'язків з громадськістю, способи конструювання інформаційних приводів у сучасному цифровому та соціокультурному середовищі.	РН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог. РН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики. РН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальненняматеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження. РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. РН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності. РН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. РН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. РН09. Проводити порівняльний аналіз законодавчої бази та діяльності окремих медіаінституцій України та країн	1-3

Watermarkly

		Європейського Союзу.	
2	Критично осмислювати проблеми у сфері Реклами та звязків з громадськістю, приймати ефективні рішення та управляти робочими процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.	РН16. Створювати рекламний продукт, що буде орієнтованим на формування пропозицій конкретній цільовій аудиторії. РН17. Створювати рекламно-інформаційний продукт та ефективно його просувати, унікальні, авторські рекламні та PR- тексти різного роду. РН18. Розробляти рекламну та PR-кампанію з урахуванням особливостей рекламування товарів або послуг на конкретних міжнародних ринках. РН19. Здійснювати поточне та довгострокове планування комплексної рекламної та PR-діяльності, організовувати роботу під час рекламної та/або PR-кампанії, готувати необхідну інформацію про процес проходження комунікаційних заходів,підводити підсумки рекламної та PR-діяльності. РН20. Вивчати комунікаційні процеси реалізованих рекламних та PR-кампаній, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати, виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного ринку.	1-6

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				
		Лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота
1 семестр						
1	Тема 1. Управління комунікаційною діяльністю	**2**	**2**			**8**
2	Тема 2. Організація та управління рекламної діяльності	**3**	**3**			**9**
3	Тема 3. Організація та управління зв'язками з громадськістю.	**3**	**3**			**9**
4	Тема 4. Управління комунікаційними стратегіями	**4**	**4**			**12**
5	Тема 5	**4**	**4**			**10**

Watermarkly

	Управління транснаціональними рекламними та ПР-структурами					
Всього 1 семестр		**16**	**16**			**58**

Тематика практичних / семінарських / лабораторних занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного / семінарського / лабораторного заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
	Розділ 1.		
Тема 1	Управління комунікаційною діяльністю	2	1-9
Тема 2	Організація та управління рекламної діяльності	3	1-9 1-7
Тема 3	Організація та управління зв'язками з громадськістю.	3	1-9 1-7
Тема 4	Управління комунікаційними стратегіями	4	1-9 1-7
Тема 5	Управління транснаціональними рекламними та ПР-структурами	4	1-9 1-7
Всього годин		**16**	-

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
1	**Студентський проєкт** по створенню комунікаційної агенції Завдання: - створити студентську комунікаційну агенцію; - розробити штатний розпис та визначити професійні обов'язки співробітників ; - презентувати агенцію: - розроботи промо для компанії(продукту) , - визначити платформи для промоції (Instagram,Facebook,TikTok, YouTube та ін.), -підготувати пости-прев'ю для промоції . Матеріали добірки попередньо розглядаються на практичних заняттях із відповідною темою. Творчий проект здається з 10-15 тиждень семестру	**58**	**1-9** **1-7**
Всього годин		**58**	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Watermarkly

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
Задовільно/Satisfactory		64-74
		60-63
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Створення комунікаційної агенції	4-5	25
Дослідницька робота з аналізу промо-комунікації.	7-10	20
Розробка та презентація промо.	11-14	25
Звіт за результатами самостійної роботи (творчий проект)	15-16	30
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		100

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Диференційний залік	100

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
Форма 1	
Бали	**Критерій**
25	Завдання виконано у повному обсязі відповідно вимог
Форма 2	
Бали	**Критерій**
20	Завдання виконано у повному обсязі відповідно вимог
Форма 3	
Бали	**Критерій**
25	Завдання виконано у повному обсязі відповідно вимог
Форма 4	
Бали	**Критерій**
30	Завдання виконано у повному обсязі відповідно вимог

*** (*за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2*)**

Watermarkly

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання:

Настанови викладача в процесі виконання практичних завдань
Обговорення та самокорекція виконаної роботи студентами
Перевірка та оцінювання письмових завдань
Інструменти та обладнання: Платформа 0365, мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.
2. Ковальчук С.В. , Бойко Р.В., Корюгін А.В. Рекламний менеджмент :навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2020. 268 с.
3. Основи медіаменеджменту : навч. посіб. / за ред. О. М. Барзиловича, З. В. Григорової, Л. А. Пунчака [та ін.] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 296 с.
4. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с. ISBN 978-966-186-164-9
5. Черемних І. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021.90 с.

Додаткова:

6. Ki, E.-J., Kim, J.-N., & Ledingham, J. A. (Eds.). (2015). *Public relations as relationship management : a relational approach to the study and practice of public relations* (Second edition.). Routledge.

7. Percy, L., & Elliott, R. H. (2023). *Strategic advertising management* (Sixth edition). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/hebz/9780198835615.001.0001

8. Sminia, H. (2021). *Advertising Management in a Digital Environment: Text and Cases*. Routledge.

9. Tench, R., & Waddington, S. (2021). *Exploring public relations and management communication* (Fifth edition.). Pearson Education.

Інформаційні ресурси

1. Основи проєктного менеджменту https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Irvine+BPM101+2023_T3
   Маркетинг : розробка та продаж пропозиції цінності https://prometheus.org.ua/course/coursev1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2
2. Американська асоціація маркетингу : https://www.ama.org/events/?event_type=conference
3. Всеукраїнська рекламна коаліція: http://vrk.org.ua/
4. Marketing Media Review: вебсайт https://mmr.ua/
5. Українська асоціація маркетингу https://uam.in.ua/ukr/
6. Міжнародна Рекламна Асоціація (IAA): http://www.iaaglobal.org/
7. https://www.specialevents.com

Watermarkly

ADVERTISING AND PR
FSZMK
DNIPRO NATIONAL UNIVERSITY
Watermarkly