



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ І ЖУРНАЛІСТИКИ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Основи зв'язків з громадськістю та реклами**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=891>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: **Парфенюк Ігор Миколайович**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Опис освітньої компоненти

Освітня компонента «Основи зв'язків з громадськістю та реклами» є обов'язковою освітньою компонентою навчального плану, яка сприяє підготовці фахівців, здатних працювати в комунікаційній сфері, розробляти і впроваджувати прикладні соціально-комунікаційні технології в рекламній та PR-діяльності.

Передумови вивчення освітньої компоненти

Передумов для вивчення освітньої компоненти «Основи зв'язків з громадськістю та реклами» немає. Освітня компонента «Основи зв'язків з громадськістю та реклами» слугує основою для вивчення таких компонент: «Корпоративні комунікації», «Digital-маркетинг і SMM», «Практика журналістської діяльності».

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТА РЕКЛАМИ

1.1. Предмет та понятійний апарат курсу «Основи зв'язків з громадськістю та реклами»

1.2. Історія реклами і PR

1.3. Роль іміджу і репутації в PR

1.4. Архетипи і доміанти в PR та рекламі

1.5. Робота зі стереотипами в PR

РОЗДІЛ 2. ІНСТРУМЕНТАРІЙ PUBLIC RELATIONS

- 2.1. Традиційний та новітній інструментарій PR
- 2.2. Реклама як інструмент PR
- 2.3. Внутрішній (корпоративний) PR
- 2.4. Організація подій в PR
- 2.5. Креативні технології у PR та рекламі

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук або персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль).

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: стандартні офісні програми (Word, Excel, PowerPoint).

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічного працівника за темою освітньої компоненти

1. Парфенюк І. М. Комунікативні стратегії та методи побудови та відновлення довіри. Творення простору суспільної довіри в Україні XXI столітті. Київ: ДВНЗ „Університет банківської справи” 2017. 523 с. С.257-260.
2. Парфенюк І.М. Феномен деструктивних інтернет-комунікацій (на прикладі гри «Синій кит»). *International Scientific and Practical Conference «WORLD SCIENCE»*. 2017. №10 (26). 14-17.
3. Парфенюк І.М. Антиреклама як засіб пониження іміджу політика (на прикладі виборів Президента України 2019 року) : *Міжнародна науково-практична конференція «Імідж і репутація: теорія і практика»*. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2019.
4. Парфенюк І. М. Формування ділового іміджу особистості в сучасних умовах. *«Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики»*: Зб. наук. публікацій Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 158-166.
5. Парфенюк І. М. Сторітелінг як один із засобів формування іміджу. *«Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики»*: Зб. наук. публікацій Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 61-67.

Основна література

1. Андрійчук М. Т., Андрійчук Т.С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2018. 114 с.
2. Березенко В. В. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії : монографія. Запоріжжя : Запорізь. нац. ун-т, 2021. 175 с.
3. Бойчук І. В., Басій Н. Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2019. 203 с.
4. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. Київ : НАУ, 2019. 162 с.

5. Примаць, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 202 с.
6. Сушицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю : курс лекцій : навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2018. 382 с.
7. Управління рекламними проектами : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. 247 с.

Допоміжна література

1. Головатий М.Ф. Соціальна політика і соціальна робота: термінологічно-понятійний словник. Київ : МАУП. 2005. 506 с.
2. Кияниця Є. О. Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону : монографія. Київ : Ліра-К, 2018. 179 с.
3. Молчанова Ю. В. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Одеса : ОДАБА, 2019. 199 с.
4. Приходько Д. О. Маркетинг : навч. посіб. для студентів екон. спец. закл. вищ. освіти. Харків : Бровін О. В. [вид.], 2019. 239 с.
5. Реклама та PR на виставках і ярмарках. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 82 с.
6. Річ Лі Міфи про PR. Харків : Фабула. 2020. 272 с.
7. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш формат, 2019. 150 с.
8. Свобода інформації : навч. посіб. для державних службовців. Київ : Тютюкін, 2010. 128 с.
9. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 363 с.
10. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу : монографія. Тернопіль : Бескиди, 2020. 179 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Інтернет-ресурс про PR в Україні та світі для експертів у сфері бізнесу й комунікацій : веб-сайт. URL : <http://propr.com.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
2. Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL : <https://mmr.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
3. Портал для фахівців у сфері комунікацій : веб-сайт. URL : <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
4. Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL : <https://rex.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
5. Ресурс з маркетингу, реклами та PR : веб-сайт. URL : <https://sostav.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
6. Ресурс про креативні індустрії України та світу : веб-сайт. URL : <https://creativity.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Основи зв'язків з громадськістю та реклами» передбачає роботу в колективі.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач вищої освіти повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри зв'язків
з громадськістю і журналістики
від 24 червня 2022 р.,
протокол № 14