

Назва. Організація рекламної та PR-діяльності

Тип. Базова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 5.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Холодний Г. О., к.е.н., доц.

Результати навчання:

- демонструвати розуміння організаційно-комунікаційних аспектів роботи сучасних рекламистів та PR-фахівців;
- ефективно організовувати діяльність рекламних агенцій та PR-служб;
- планувати та реалізовувати рекламні та PR-кампанії;
- створювати різновиди рекламних та PR-текстів;
- ефективно взаємодіяти із ЗМІ;

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. "Маркетинг", "Маркетингові дослідження", "Економіка підприємства", "Маркетингова товарна політика", "Маркетингова політика комунікацій", "Маркетингова цінова політика".

Зміст. Поняття, сутність, завдання, види і засоби реклами. Законодавча база. Рекламодавець, рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи ефективності рекламних комунікацій. Рекламний маркетинг, медіапланування, Ефекти комунікації і рекламні стратегії. Медіа як рекламоносії. Творча ідея, композиція, дизайн реклами. підготовка рекламного тексту. Маркетингові комунікації. стимулювання збуту. Поняття, сутність, завдання паблік рілейшнз і законодавча база. Різновиди і форми зв'язків з громадськістю. Правові аспекти зв'язків з громадськістю у взаєминах із засобами масової інформації. Традиційні форми інформаційної роботи паблік рілейшнз. Технічні засоби і канали реалізації потреб паблік рілейшнз.

Рекомендовані джерела.

1. Житарюк М. Г. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. / М. Г. Житарюк. – URL : https://przhyt.ucoz.ua/_ld/0/14_posibnyk_reklam.pdf.

2. Мазник Л. В. Зв'язки з громадськістю: конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.030505 «Управління персоналом та економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» ден. форм. навчання / Л. В. Мазник, О.М. Олійниченко. – Київ : НУХТ, 2013. – 137 с.

3. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – Київ : Київський університет, 2011. – 431 с.

4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. / Т. О. Примак. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с. – URL : http://www.cul.com.ua/preview/pr_dla_menedg.pdf.

5. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-ВР>.

6. Романовський О. Г. Основи паблік рілейшнз : навч.-метод. посіб. / О. Г. Романовський, Н. В. Серета, Є. В. Воробйова. – Харків : НТУ «ХП», 2015. – 176 с.

Методи навчання.

Лекції, практичні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (активність роботи на лекції; захист практичних завдань; експрес-опитування);
- підсумковий колоквіум;
- підсумковий контроль (семестровий іспит).

Мова навчання. Українська.