



# СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ВІДДІЛІВ РЕКЛАМИ ТА PR

|   |  |
|---|--|
| <b>Факультет</b>                        | Бізнесу та соціальних комунікацій  |
| <b>Кафедра</b>                          | Міжнародних відносин, суспільних комунікацій та ІТ-права                         |
| <b>Статус навчальної дисципліни</b>     | Вибірковий компонент освітніх програм першого (бакалаврський) рівня вищої освіти |
| <b>Рекомендовано для спеціальностей</b> | Для всіх ОПП, що запроваджені ДУІТЗ  |
| <b>Форма навчання</b>                   | Денна, заочна  |
|   |  |
|   |  |
|   |  |

### Викладач

Коляда-Березовська Тетяна Федорівна

[t.f.koliada-berezovska@suitt.edu.ua](mailto:t.f.koliada-berezovska@suitt.edu.ua)



Доцент кафедри  
журналістики,  
соціальних комунікацій і ІТ-права,  
к. філол. н., доцент

### Загальна інформація про дисципліну

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Анотація до дисципліни</b> | Навчальна дисципліна «Організація роботи відділів реклами та PR» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика». Спрямованість дисципліни передбачає надання здобувачам вищої освіти необхідних теоретичних знань щодо організації консультативного процесу, допомоги клієнтові у виборі оптимальної моделі, типу, способів здійснення будь-якого виду комунікації між особами, |
|-------------------------------|--|

|  |   |
|--|---|
|  | соціальними групами , між особистістю та групою (організацією), а також особистістю або організацією та суспільством у цілому; на формування практичних навичок, що пов'язані як з власне майбутньою професійною діяльністю консультанта, так і зі специфічними проблемами процесу комунікативної діяльності особистості або організації, на забезпечення компетентностей, які визначені освітньою програмою.   |
| <b>Мета дисципліни</b>                                   | Мета освітнього компонента «Організація роботи відділів реклами та PR»: <ul style="list-style-type: none"> <li>- оволодіння здобувачами теоретичними знаннями щодо місця інформаційно-консультаційної діяльності в системі маркетингових комунікацій;</li> <li>- формування у майбутніх фахівців сфери реклами та PR стійкого уявлення про методи роботи консалтингової служби.</li> <li>-набуття здобувачами вміння визначати види консультаційних послуг, фактори впливу на комунікаційний процес, переваги й недоліки певних методів консультування,</li> <li>- формування практичних навичок використання інформаційних технологій в роботі консультанта.</li> </ul>  |
| <b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b> | ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.<br>ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.<br>ЗК08. Здатність навчатися і володіти сучасними знаннями.<br>СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.<br>СК5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.<br>СК6. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності   |
| <b>Результати навчання</b>                               | ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань<br>ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег<br>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань<br>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення<br>ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах<br>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва. |
| <b>Обсяг дисципліни</b>                                  | Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 20 годин, практичні заняття – 20 години, самостійна робота – 140 годин.  |
| <b>Форма підсумкового контролю</b>                       | Іспит   |
| <b>Терміни викладання дисципліни</b>                     | Дисципліна викладається у 8-му семестрі   |

## Програма дисципліни

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Тема 1.</b> | <i>Вступ. Реклама та PR як комунікаційні складники діяльності організацій</i><br>Мета, завдання, структура дисципліни. Термінологічно-категоріальний апарат з теми.<br>Феномен комунікації у контексті організації рекламної та PR-діяльності..   |
| <b>Тема 2.</b> | <i>Статусна характеристика рекламної діяльності.</i><br>Трансформаційна сутність реклами.<br>Практика рекламної діяльності: зміст та цілі, як система процесів аналізу, розробки, планування, практичної реалізації і контролю ефективності рекламних заходів, спрямованих на досягнення маркетингових цілей. Статус реклами серед учасників процесу рекламної діяльності . |
| <b>Тема 3.</b> | <i>Організаційна структура рекламної служби</i><br>Фактори визначення організаційної структури рекламної служби фірми<br>Функціональна характеристика рекламного агентства<br>Типова характеристика рекламних агентств  |
| <b>Тема 4.</b> | <i>Організаційна структура pr-служби</i><br>Мета і завдання PR-служби. Функціональна характеристика PR-служби.<br>Характеристика змісту функціональних комплексів PR.<br>Реалізація функції PR у різних напрямках PR-діяльності.  |
| <b>Тема 5.</b> | <i>Сучасні методи реалізації public relations.</i><br>Огляд методів PR-служби.<br>Особливості реалізації методів Public Relations.  |
| <b>Тема 6.</b> | <i>Нормативні засади професійної компетенції у рекламній справі</i><br>Професіограма як регламентуючий документ<br>Управлінський аспект фахової компетенції рекламіста<br>Робота з інформацією – основа професіоналізму у рекламній справі  |
| <b>Тема 7.</b> | <i>Професійні компетенції, що необхідні PR-спеціалісту.</i><br>Професіограма PR-фахівця, якості, що необхідні фахівцю PR.<br>Коло посадових обов'язків PR-менеджера та<br>ДКХП як базовий документ щодо організації кадрової роботи підприємств.  |
| <b>Тема 8.</b> | <i>Планування роботи відділів реклами та PR на підприємстві</i><br>Визначальні фактори для планування роботи відділу реклами та/або PR у структурі підприємства<br>Сутність і цілі планування. «Екстремальні зв'язки з громадськістю».<br>Орієнтовне планування щодо екстремальних зв'язків із громадськістю.   |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Тема 9.</b>  | <i>Аналітична робота як основа функціонування відділів реклами або pr в структурі підприємства</i><br>Ситуаційний аналіз як основа планування роботи відділу реклами та/або PR у структурі підприємства<br>Планування роботи відділу реклами або PR як складників маркетингового планування<br>Внутрішня або зовнішня служба зв'язків із громадськістю?<br>Умови організації відділу зв'язків з громадськістю. |
| <b>Тема 10.</b> | <i>Форми інформаційної роботи PR-агентств</i><br>Прес-релізи, правила підготовки. Робота з журналістами: прес-конференції, брифінги<br>Відвідування об'єктів як форма роботи PR-фахівців. Оцінка результатів діяльності PR-відділу / -агенції<br>Співвідношення PR-діяльності та рекламної діяльності. Особливості роботи спеціалістів зі зв'язків із громадськістю та ЗМІ.                                    |

### Список рекомендованих джерел

1. Довідник «Основні засади діяльності прес-служб органів державної влади та місцевого самоврядування: світовий та український досвід». – Донецьк: ДонДУУ, 2011. 96 с.
2. Вовчак І. С. Інформаційні системи та комп'ютерна техніка в менеджменті: навч. посібник / І. С. Вовчан. – Тернопіль : Карт-бланш, 2002. – 354 с.
3. Ісайкіна О. Д. Спічрайтинг як базова технологія політичного піару // Соціум. Документ. Комунікація. 2006. Вип.6.- С.177-187.
4. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Дніпропетровськ, 2015. 168 с.
5. Матвієнко О.В. Інформаційний маркетинг : навч. посібник / О. В. Матвієнко. – К., 2008. – 324 с.
6. Новак В. О. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посібник / В. О. Новак, Л. Г. Макаренко, М. Г. Луцький. – К.: Кондор, 2006. – 462 с.
7. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій / Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2006. – 664 с.
8. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ. (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
9. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації: Закон України від 23 верес. 1997 р. № 539/97-ВР (зі змінами) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80#Text>

### ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ:

1. Спіндокторинг [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://promosa.ru/seoterms/spindoktoring>.
2. Спіндоктор та його функції. П'ять типів роботи спіндоктора. Пре-спін. Постспін. Торнадо-спін. Контроль кризи. Зменшення витрат. Схема роботи спіндоктора. Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5110603/page:34/>.

### Загальна схема оцінювання

|  |            |                               |            |             |  |
|--|------------|-------------------------------|------------|-------------|--|
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Шкала ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |            | Нарахування | Бали нараховуються таким чином:          |
|  |            | для іспиту                    | для заліку |             | Оцінювання знань здобувачів вищої освіти |

|        |    |  |   |   |
|--------|----|--|---|---|
| 90-100 | A  | Відмінно   | зараховано  | <i>здійснюється за 100-бальною шкалою</i> і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів. |
| 82-89  | B  | Добре  |   |   |
| 74-81  | C  |  |   |   |
| 64-73  | D  | Задовільно   |   |   |
| 60-63  | E  |  |   |   |
| 35-59  | FX | Незадовільно з можливістю повторного складання             | Не зараховано з можливістю повторного складання             |   |
| 0-34   | F  | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |   |

### Політика опанування дисципліни

**Відвідування:** Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

**Дотримання принципів академічної доброчесності:** Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

**Навчально-методичні матеріали** дисципліни розміщені на платформі Moodle