



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Реклама та PR в маркетинговій діяльності»**

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс 5 семестр, 3 курс 6 семестр, 4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні - 0 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), <a href="http://www.dom.hneu.edu.ua">http://www.dom.hneu.edu.ua</a>
Викладач (-і)	Лисиця Надія Михайлівна, д.с.н., професор кафедри маркетингу
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:nadiia.lysytsia@hneu.net">nadiia.lysytsia@hneu.net</a>
Дні занять	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні заняття: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

**Мета** навчальної дисципліни: надання знань про основи рекламних і PR процесів як сучасної форми масової комунікації, освоєння теорії й практики застосування рекламних і PR комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства, формування практичних навичок створення рекламної продукції та проектування PR заходів різних видів.

**Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни**

Пререквізити	Постреквізити

**Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Теоретичні основи реклами та PR в маркетингу.**

**Тема 1. Реклама та PR в системі маркетингових комунікацій.**

**Тема 2. Реклама та PR :спільне та відмінне в маркетингу.**

**Тема 3. Поведінка споживачів як предмет соціально-економічного аналізу.**

**Тема 4. Реклама як соціальний інститут сучасного суспільства.**

**Тема 5. Соціальний вплив в рекламі та PR.**

**Тема 6. Гендер у рекламі та PR.**

**Змістовий модуль 2. Особливості реклами та PR в маркетинговій діяльності.**

**Тема 7. Прагматизм реклами та PR в маркетинговій діяльності.**

**Тема 8. Довіра в рекламі та організація PR заходів.**

**Тема 9 . Рекламний дизайн.**

**Тема 10. Інтелектуальна карта та її роль в рекламі.**

**Тема 11. Виробництво рекламного повідомлення.**

**Тема 12. Управління створенням рекламної ідеї.**



**Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

*Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM*

**Форми та методи оцінювання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі екзамену.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60, та мінімально можлива кількість балів – 35.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; написання есе, презентацію. за відповідний змістовий модуль.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах. Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано"

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни

**Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***