



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Реклама і PR у сучасному бізнес-середовищі»**

Спеціальність	Всі спеціальності	
Освітня програма	Всі освітні програми	
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	
Курс / семестр	2 курс, 3 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів	
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 30 год.	
	Практичні (семінарські) – 30 год.	
	Лабораторні – 0 год.	
	Самостійна робота – 90 год.	
Форма семестрового контролю	Залік	
Кафедра	Кафедра бізнес-журналістики і цифрових медіа	
Викладач (-і)	Герашенко Інна Миколаївна, доцент кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа, к.е.н., доцент	
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:Inna.Herashchenko@hneu.net">Inna.Herashchenko@hneu.net</a>	
Дні навчальних занять	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>	
	Практичні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>	
Консультації	На кафедрі бізнес-журналістики і цифрових медіа, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС	
<p>Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів комплексного розуміння рекламної та PR-діяльності як ключових інструментів масової комунікації у сучасному бізнес-середовищі. Дисципліна спрямована на засвоєння теоретичних знань щодо основних концепцій, стратегій і процесів у сфері реклами та PR, а також на розвиток практичних навичок аналізу, планування та створення ефективних рекламних і PR-кампаній у сучасному інформаційному середовищі.</p>		
<b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b>		
	<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
	-	-
	-	-
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>		
<p><b>Змістовий модуль. 1 Основи рекламної та PR діяльності у сучасному бізнес середовищі</b></p> <p><b>Тема 1. Сучасний рекламний та PR процес: основні учасники, організаційні форми, сфери реалізації.</b></p> <p><b>Тема 2. Рекламні та PR-кампанії: етапи планування, вибір стратегій, ефективні методи комунікації.</b></p> <p><b>Тема 3. Основні рекламні та PR-тексти: види, особливості, адаптація контенту для різних платформ.</b></p> <p><b>Тема 4. Етичні норми та правові основи реклами і PR.</b></p> <p><b>Тема 5. Візуальна комунікація в рекламі та PR.</b></p> <p><b>Змістовий модуль 2. Інструменти та технології реклами й PR у сучасному бізнес середовищі</b></p> <p><b>Тема 6. Контент-маркетинг у PR: методи залучення аудиторії через історії, інтегровані кампанії, кейси ефективного контенту.</b></p> <p><b>Тема 7. Співпраця зі ЗМІ та блогерами у сучасному бізнес середовищі.</b></p> <p><b>Тема 8. Антикризисні комунікації та репутаційний менеджмент</b></p> <p><b>Тема 9. Івент-маркетинг та інтегровані комунікації у PR: заходи, корпоративні</b></p>		



івенти, виставки, участь у конференціях.

**Тема 10. Аналітика та ефективність рекламних і PR-кампаній.**

**Тема 11. Створення власної рекламної або PR-кампанії**

**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 диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

***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.***