

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА



Факультет філології

Кафедра журналістики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Піар і медіа-брендинг

Освітня програма «Журналістика»

Спеціальність «Журналістика»

Галузь знань 061 «Журналістика»

Затверджено на засіданні
кафедри Протокол №1
від 31 серпня 2022р.

м. Івано-Франківськ – 2022р.
ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Піар і медіа-брендинг
Освітня програма	Журналістика
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	Журналістика
Галузь знань	06 Журналістика
Освітній рівень	Бакалавр
Статус дисципліни	Основна
Курс / семестр	4/2
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 24 год. Семінарські заняття – 34 год. Самостійна робота – 122 год.
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pro/

1. Опис дисципліни

<p style="text-align: center;">Мета та цілі курсу</p> <p><i>Метою</i> навчального курсу є формування в студентів-журналістів теоретичних знань та практичних навичок рекламної діяльності, зв'язків з громадськістю та брендингу.</p> <p><i>Цілі</i> навчальної дисципліни: вивчити сутність реклами і рекламної діяльності; надати практичні навички рекламної комунікації; розкрити функції реклами; ознайомитися з основними та допоміжними засобами реклами; вивчити інструменти рекламної діяльності; вивчити основні принципи зв'язків з громадськістю; навчитися розробляти PR-стратегію; ознайомитися із основами брендингу; навчитися розробляти стратегію бренду; вивчити основи ребрендингу; навчити використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення при проведенні рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю.</p>
<p style="text-align: center;">Компетентності</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК07. Здатність працювати в команді. СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності; СК 02. Здатність формувати інформаційний контент; СК 03. Здатність створювати медіапродукт; СК 04. Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність; СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p>
<p style="text-align: center;">Програмні результати навчання</p> <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків, ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук. ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p>

ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

1. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	PR: сутність, принципи та функції	Знати історію розвитку сфери публік рилейшнз. Розуміти функції PR та особливості їх реалізації. Знати складові та основні категорії PR.	Питання, кейси
2	Управління процесом PR.	Знання відмінностей цілей PR і реклами. Розуміти соціально-психологічні особливості формування громадської думки. “Біла”, “сіра” та “чорна” пропаганда.	Тести, питання, аналіз інформаційних сайтів
3.	Технології PR у бізнес-структурах	Стратегія і тактика PR у бізнес-організаціях. Особливості маркетингових комунікацій.	Питання, тести
4.	Технології PR у системі державного управління.	Знання особливостей PR у системі державного управління. Політична та соціальна реклама. Державні цільові програми та проекти. Урядовий PR та PR в органах місцевого самоврядування. Позичування та побудова іміджу держави.	Питання, кейси
5.	Побудова корпоративної PR-структури.	Створення PR-служби в системі організації. Діяльність PR-агенцій та послуги. Функціональні обов'язки PR-агенцій та PR-фахівців	Питання, кейси, тести
6.	PR у конфліктних та кризових ситуаціях.	Кризові ситуації в організації та у бізнес-середовищі. Антикризовий PR у бізнесі. Антикризові комунікації.	Питання, кейси
7.	Стратегія проведення PR-кампанії.	Розуміти методи досліджень в PR. Основи маркетингових досліджень. Стратегічні цілі та завдання PR-кампанії. Підготовка PR-кампаній. Основні типи і різновиди PR-кампаній. Моделі і загальна структура проведення PR-кампанії.	Питання, кейси, тести
8.	Брендинг. Структура та різновиди бренду	Поняття брендингу. Формальні ознаки бренду. Структура та матриця побудови бренду. Раціональні, асоціативні, емоційні та поведінкові складові в структурі бренду.	Питання, кейси
9.	Бренд у медіа-просторі.	Знання медіа-засобів у рекламній діяльності. Вибір медіа-засобів у залежності від цільової аудиторії бренду.	Питання, кейси

		Брендингові стратегії в умовах інформаційного суспільства..	
10.	Основи оцінювання брендингу . Ребрендинг	Кількісні параметри успіху бренду на ринку. Методики визначення вартості бренду. Ребрендинг, його причини та види. Механізми проведення ребрендингу. Приклади ребрендингу відомих компаній	Питання, кейси
11.	SWOT-аналіз бренду	Розуміння поняття SWOT-аналізу та його використання у брендингу. Розробка стратегії діяльності підприємства. Практичне завдання: розробити SWOT-аналіз бренду.	Питання, кейси
12.	Комуникант бренду	Вибір постійного комуниканта для бренду. Особливості рекламування преміальних брендів. Особливості вибору постійного комуниканта для місцевих брендів. Співробітники компанії-виробника у якості «обличчя» бренду.	Питання, кейси

1. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	0
Семінарське заняття	50
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	10
Контрольна робота	30
Максимальна кількість балів	100

2. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																	Разом	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Лекції																			
Семінарські з-тя		5	5	5	5	5	5		5		5		5		5				50
Самостійна р-та														10					10
Індивідуальні завдання																	10		10
Контрольна робота																		30	30
Всього за тиж-нь		5	5	5	5	5	5		5		5		5		5	10	30		100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

2. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, Навчально-виробнича лабораторія «Телерадіостудія», Комп'ютери
<p>Література:</p> <p><i>Основна:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Lees-Marshment, J. (2014). Political Marketing: Principles and applications (2nd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/97813157750432. Maarek, Philippe J. Campaign Communication and Political Marketing. Chichester: Wiley-Blackwell, 2011. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: Вид.4 анг., Вид.2 укр. – К.: Знання, 2008.3. Mazer J.: Communication and Social Media. Oxford University Press, 20194. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ :Центр учбової літератури, 2017. 366 с5. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посібник. Укл.: І. В.Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с6. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.7. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 270/96-ВР // www.rada.gov.ua8. Малинка О. Я., Устенко А. О. Бренд-менеджмент : навч. посіб. ІваноФранківськ : Фоліант, 2013. 293 с.9. Марчук Н.В. Використання інструментів PR в органах місцевого самоврядування на прикладі Івано-Франківської області. Вісник Прикарпатського університету. Політологія. Випуск 14, 2020. с.55-5910. Марчук Наталія, Марчук Ганна. Засоби масової інформації в період стабілізації та розвитку суспільства в умовах турбулентності. Conference Proceedings of the International Scientific Online Conference Topical Issues of Society Development in the Turbulence Conditions (May 30, 2020, Bratislava, Slovak Republic). The School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, 2020; pp. 245-249 ISBN 978-80-89654-67-311. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.12. Стратегія ефективного брендингу : монографія / О. В. Кендюхов, С. М. Димитрова, Л. А. Радкевич, О. В. Кужилева – Донецьк : Вид. «Вебер» (Донецька філія), 2009. – 280 с13. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 104 с.14. Шевченко О.Л. Бренд-менеджмент. К.: КНЕУ, 2010. 400 с. <p><i>Допоміжна:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.2. Григоренко В., Телетов О. Оцінка економічної ефективності рекламної кампанії як важливої складової маркетингової діяльності малих та середніх підприємств. Проблеми і перспективи економіки та управління, № 4 (12), 2017.С. 115-122.3. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.4. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом /О. В. Кендюхов : монографія. – НАН України, Інститут економіки промисловості ;ДонУЕП, 2008. – 363 с.5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2003. 440 с.6. П.Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с7. Маркетинговий менеджмент : навч. посібн. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Вид. «Хімджест», 2008. – 288 с.8. Рекламний менеджмент: підручник. Національний університет біоресурсів і природокористування України; уклад.: Я. С. Ларіна, Л. В. Забуранна та ін. К. : ЦП «Компринт», 2017. 323 с.9. Савицька Н. Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджменті навч. посібник. Харків: вид-во Іванченко, 2015. 169 с.	

Інтернет-ресурси

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: sostav.ua.
2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>.
3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
4. Журнал «Маркетинг і реклама» <https://www.mr.com.ua/>
5. ЛігаБізнесІнформ. – Режим доступу : <http://www.liga.net>
6. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.
7. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.
8. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

3. Контактна інформація

Кафедра Журналістики	м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 ауд. 414 навч.-лаб. корпус (4-й поверх) https://kjourn.pnu.edu.ua/ E-mail: kaf_journ@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	Марчук Наталія Василівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики
Контактна інформація викладача	nataliia.marchuk@pnu.edu.ua

4. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Списування під час контрольних модульних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Пропуски занять (відпрацювання)	Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується « <u>Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти</u> » ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.). Покликання: https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/1/18/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf Для отримання допуску до підсумкового контролю студентів необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи

	завдання самостійної роботи.
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Відповідно до «Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти» ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника » (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.). Покликання : https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти» Покликання : https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-perevedennia-vidrakhuvannia-ta-ponovlennia-studentiv-vyshehykh-zakladiv-osvity-1996.pdf
Додаткові бали	Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання попередньо узгоджених з викладачем індивідуальних завдань та проходження курсів на платформі Coursera. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу. Перелік курсів на платформі Coursera міститься на сайті дистанційного навчання. Також, за рішенням кафедри журналістики студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) Покликання: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/
Неформальна освіта	Під час навчання студентам пропонується проходження додаткових курсів на платформах Prometheus, ВУМonline та Coursera за відповідних предметним спрямуванням. Можливість зарахування результатів

	неформальної освіти регламентується «Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Редакція 3) Покликання : https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf
--	---

Викладач Марчук Н.В.