

# ДИСЦИПЛІНА «ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕКЛАМНИХ ТА PR-АГЕНЦІЙ»

Лектор – кандидат культурології, доцент Дячук В.П.

«Організація роботи рекламної та PR-агенцій» – дисципліна, яка разом з іншими дисциплінами відноситься до числа вибіркових дисциплін; перший рівень, ступінь вищої освіти «бакалавр» (3 курс, 5 семестр), забезпечує підготовку фахівців з менеджменту соціокультурної сфери.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є практичні основи поширення та актуалізації рекламної та PR-діяльності. Історія виникнення та поширення рекламних агенцій, основні технології та стратегії, які використовуються для організації рекламної та PR-діяльності в сучасній Україні та світі.

**Мета дисципліни** – створення комплексу знань та сучасних підходів до розуміння основ теорії та практики рекламної та PR-діяльності надати студентам знання, вміння та навички, які дозволять оволодіти основами менеджерської діяльності в будь-якій сфері їх майбутньої творчої та підприємницької діяльності.

## **Завдання дисципліни:**

- практично використовувати засвоєні теоретичні знання;
- застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції;
- зіставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї;
- виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;
- вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності;
- виділяти УТП у готовому рекламному продукті та визначати її для різних видів товарів та послуг;
- виробляти загальну стратегію та конкретний рекламний текст для рекламування послуги;
- розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів;
- створювати рекламну продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ.

## **Фахові компетентності:**

- ситуативно застосовувати знання теорії і практики прийняття управлінських рішень під час виконання функціональних обов'язків;
- використовувати методи і засоби розробки, обґрунтування, прийняття і реалізації управлінських рішень;
- приймати управлінські рішення в організації (з урахуванням спеціалізації);
- використовувати методи та технології, які розвивають здібність приймати рішення;

Загальний обсяг дисципліни – 105 годин, у тому числі: лекцій – 32, семінарських – 32. Самостійна робота – 57 годин.

Кінцева форма контролю – диференційований залік.