

**Рівненський державний гуманітарний університет**  
**Художньо-педагогічний факультет**  
**Кафедра культурології та музеєзнавства**

<b>Назва дисципліни</b>	Реклама культурно-дозвіллевої діяльності
<b>Викладачі</b>	канд. пед. наук, доцент Тюска Валентина Борисівна
<b>Профайл викладачів, сторінка дисципліни в CMS</b>	<a href="http://kulturologiya.rv.ua">http://kulturologiya.rv.ua</a>
<b>E-mail:</b>	valentunatuska@ukr.net
<b>Консультації</b>	<i>Очні консультації:</i> к-сть годин і розклад присутності на кафедрі згідно з графіком консультацій <i>Он лайн- консультації:</i> Розклад присутності викладача на спеціальному форумі в інтернет мережах Coogle Meet, Zoom (за створеними посиланнями).

#### **Цілі навчальної дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни є : оволодіння здобувачами вищої освіти базовими теоретичними знаннями в галузі реклами, зокрема, соціокультурної реклами та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створенням рекламних матеріалів соціокультурного характеру та проектуванням рекламно-інформаційної кампанії із забезпеченням їх максимальної комунікативної ефективності.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів системи всебічних знань про сутність, базові принципи та технології рекламного креативу, набуття вмінь і практичних навичок самостійної розробки рекламних звернень та побудови рекламних кампаній з урахуванням інтересів ринку, вивчення особливостей застосування креативу у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті, формування знань про специфіку та принципи рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами, орієнтація здобувачів на поєднання у практичній діяльності стандартних наукових підходів та творчого переосмислення дійсності, практичне використання набутих у процесі вивчення дисципліни знань та умінь, з метою реалізації рекламної діяльності.

#### **Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Реклама в КДД» значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: педагогіка; психологія; українська культура, інформаційно-комунікаційні технології, соціокультурне проектування, народна художня культура Мотивація здобувачів вищої освіти здійснюється через можливість виконання практичних занять, брати активну участь у обговорення навчального матеріалу по дисципліні

Спільна (групова) діяльність передбачає групову роботу здобувачів вищої освіти, з викладачем з цієї дисципліни.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти передбачена між лекціями та при підготовці матеріалу для виконання на практичних заняттях.

### **Очікувані результати навчання**

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен оволодіти такими програмними компетентностями:

*ЗК 03 - Професійне володіння (усне та письмове) державною та іноземними мовами.*

*ЗК04 - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.*

*ЗК05 - Здатність генерувати нові ідеї (креативність).*

*ЗК06 - Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, досліджувати та регулювати різні типи культурних практик.*

*ФК01 - Здатність узагальнювати знання про культуру.*

*ФК06 - Здатність розуміти процеси культурно-історичної динаміки та використовувати професійно профільовані знання й практичні навички.*

*ФК07 - Здатність налагодити комунікативний процес із представниками різних соціально-культурних угруповань в процесі підготовки та організації культурно-дозвілєвої діяльності та розробці варіантів соціокультурного проектування.*

*ФК 08 - Вміння орієнтуватись у етапах розвитку художньої культури та видах мистецтва, розробляти та регулювати інноваційні соціокультурні та мистецькі проекти.*

*Програмні результати навчання:*

*ПР01 - Культурологічної термінології, понятійно-категорійного апарату дозвілєзнавства та практичної сфери культури.*

*ПР02 - Специфічності та взаємозв'язку між історичними, культурними, економічними, політичними, правовими, етичними, естетичними та соціальними процесами.*

*ПР09 - Основних вимог щодо написання рецензій та реферативних матеріалів на актуальні теми у галузі культури і мистецтва.*

*ПР12 - Володіти професійною термінологією з культурологічних дисциплін.*

*ПР18 - Брати участь у ділових іграх, що моделюють ситуацію, яка наближена до реальної професійної сфери здобувача вищої освіти.*

*ПР19 - Впроваджувати практику командної роботи для організації культурно-дозвілєвої роботи, розробки сценарного, режисерського та рекламного продукту.*

*ПР22 - Пояснювати перспективи, позитивні та негативні тенденції становлення та розвитку певного культурного феномену.*

*ПР23 - Класифікувати інноваційні форми і технології культурної практики сучасності. Застосовувати інформаційно-комп'ютерні технології у професійній діяльності.*

В результаті вивчення дисципліни « Реклама в КДД» здобувач повинен:

Знати:

- передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;
- головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;
- базові принципи рекламної діяльності, схеми побудови рекламних звернень ;
- специфіку застосування сучасних комунікативних технологій у рекламній діяльності;
- характеристику та особливості застосування рекламних стилів, підходів структуралізму у рекламному креативі;
- критерії доцільності втілення творчого задуму у рекламі, особливості розробки слогану;
- особливості рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами;
- специфіку застосування сучасних підходів у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті;

правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі.

Вміти:

володіти термінологічним апаратом дисципліни;

практично використовувати теоретичні знання;

- застосовувати знання з курсу на практиці для вивчення, збереження та реалізації рекламної діяльності;

застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції КДД;

виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;

- створювати та використовувати власні креативні ідеї у розробці рекламної продукції КДД;

- користуватися технологічними прийомами креативу для реалізації

конкретних завдань у сфері реклами;

- здійснювати аналіз рекламних звернень та розробляти слоган;

- оцінювати якість та ефективність реалізації рекламного креативу;

створювати рекламну продукцію, що поширюється у сфері культури та освіти.

### **Перелік тем Змістовий модуль 1.**

Тема 1. Феномен реклами в сучасному світі

Тема 2. Історія виникнення та розвитку реклами

Тема 3. Функції реклами як соціокультурного інституту

Тема 4. Законодавство з рекламної діяльності

Тема 5. Рекламні комунікації

#### **Рекомендована література (основна, допоміжна)**

##### **Основна**

Болл Дж. Реклама : пер. с англ. / Под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского . СПб : Питер, 2007. 167 с.

Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.К.: Т-во "Знання", 2001.456 с.

Квасова Л. С. Рекламний менеджмент: Конспект лекцій. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2013. 60 с.

Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика. практика. Підручник . К.: Видавництво Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.

Королько В.Г. Паблік рилешнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп. К.: Видавничий дім "Скарби", 2001. 400 с.

Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : Навч. посібник . 2-ге вид., доп. К. : КНЕУ, 2003. 440 с.

Маркетинг : Навч. посібник / за заг.ред. д.е.н., проф. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама : монографія . Київ : КНТЕУ, 2017. 220 с.

Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: Навч. посібник. К.: Академвидав, 2007. 224 с.

Мудров А. Н. Основы рекламы : учебник . 2-е изд., перераб. и доп. М. : Магистр, 2008. 397с.

Нильсон Т. Конкурентный брендинг. СПб.: Питер, 2003.

Обрисько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. К.: МАУП, 2002. 240 с.

Основы рекламы і зв'язків із громадськістю: підручник / За заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна.К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. 431 с.

Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : Навчальний посібник. К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. 506

с.

Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент : Навч. посібн. Харків : вид-во Іванченко, 2015. 169 с.

Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К.: МАУП, 2001. 104 с.

#### Допоміжна

Діброва Т. Г. Реклама сьогодні, або які рекламні послуги потрібні українському ринкові . Маркетинг в Україні. 2000. №1 (3). С. 34-36.

Карпушин Д., Чикирова С. Прес-релиз: правила составления. М.: Вершина, 2007. 224 с.

Маркетинг, менеджмент, облік, ефективність: Навч. посіб. Харків: Студцентр, 2006. 480 с.

Марутян Р. Р. Інтернет як інструмент формування суспільної думки в період виборчих кампаній . Нова парадигма. 2004. Вип. 37. С. 185–193.

Международный кодекс рекламной практики. Редакция от 02.12.86 // www.rada.gov.ua

Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.: Армада-пресс, 2002. 688 с.

Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

#### Інформаційні ( Інтернет) ресурси

інформаційно - нормативна база Міністерства освіти і науки України.

Інформаційно - нормативна база Міністерства культури України.

Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, м. Київ, пр. 40 – річчя Жовтня, 3.

Обласна наукова бібліотека , м. Рівне, майдан Короленка, 6.

Наукова бібліотека РДГУ, м. Рівне, вул. Пластова, 31 .

Українська асоціація маркетингу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[http://uam.in.ua.](http://uam.in.ua)

Український Інтернет-ресурс по PR. URL: [www.propr.com.ua](http://www.propr.com.ua)

Українська ліга зв'язків з громадськістю. URL: [www.pr-liga.org.ua](http://www.pr-liga.org.ua)

Офіційний веб-портал Державної архівної служби України. URL: <http://www.archives.gov.ua>

#### Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет, інше обладнання для:

-комунікації та опитувань

-виконання завдань самостійної роботи

-проходження поточних тестування

#### 7. Політика дисципліни

При організації освітнього процесу в Інституті педагогіки і психології Рівненського державного гуманітарного університету здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь студентів, Положення про практики студентів, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти, Положення про державну атестацію студентів.

#### МЕТОДИ НАВЧАННЯ

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод ( практичні заняття);

МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);  
 МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);  
 МН5 – відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);  
 МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань);  
 МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

### МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

МО1 – екзамен;  
 МО2 – усне або письмове опитування  
 МО3 - колоквиум,  
 МО4 – тестування;  
 МО5 – командні проекти;  
 МО6 – реферати, есе;  
 МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;  
 МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах;  
 МО9 – захист практичних робіт;  
 МО10 – залік.

#### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни

Поточне тестування та самостійна робота					Підсумко-вий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1					40	100
T1	T2	T3	T4	T5		
15	15	10	10	10		

T1, T2... T6— теми змістових модулів.

### Система та критерії оцінювання

#### у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік

90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82-89	B	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно - продуктивний)	незадовільно	не зараховано
------	---	--	---	-------------------------------------	--------------	---------------

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювальні форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Здобувачам вищої освіти після аудиторних занять надається право підвищувати свій рейтинг лише під час складання іспитів (підсумкового модульного контролю) за графіком екзаменаційної сесії. Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

#### **Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

#### **Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.