

### АНОТАЦІЯ

<b>Назва дисципліни / освітнього компонента</b>	PR і реклама в сфері культури
<b>Освітня програма</b>	Культурологія
<b>Компонент освітньої програми</b>	Вибірковий
<b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Вид підсумкового контролю з</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Викладач</b>	Сніжко Лідія Потапівна
<b>CV викладача на сайті кафедри</b>	<a href="https://kulturologiya.rshu.edu.ua//index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=296">https://kulturologiya.rshu.edu.ua//index.php?option=com_content&amp;view=article&amp;id=296</a>
<b>E-mail викладача</b>	<a href="mailto:Lydia.blihar@gmail.com">Lydia.blihar@gmail.com</a>

#### Мета та завдання навчальної дисципліни

Основною метою вивчення дисципліни “PR та реклама в сфері культури” є дослідження стану, тенденцій розвитку та впливу PR і реклами в суспільстві; ознайомлення студентів із функціями, типами, засобами PR та реклами, правовими та етичними аспектами рекламної справи, системою загальнотеоретичних та практично-орієнтованих знань, вмінь і навичок розвитку PR і реклами в Україні та світі.

**Завдання** навчальної дисципліни:

- а) вивчення закономірностей функціонування і розвитку PR і реклами;
- б) засвоєння ефективних технологій комунікативного процесу, які є результативними у PR і рекламі;
- в) вивчення правових та етичних аспектів реклами;
- г) вивчення чинного законодавства в рекламній діяльності;
- д) оволодіння спеціальними знаннями з метою їх застосування в професійній діяльності.

#### Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. PR та реклама, як соціально-психологічний феномен.

Тема 1. Що таке PR і реклама? Історія виникнення.

Тема 2. Психологічна функція реклами та її психологічний вплив.

Тема 4. PR (зв'язки з громадськістю).

Тема 5. Професіоналізм у рекламі.

Змістовий модуль 2. Основні типи та засоби PR і реклами.

Тема 6. Типи PR і реклами.

Тема 7. Виставки. Типи виставок.

Тема 8. Фірмовий стиль.

Тема 9. Правові та етичні аспекти PR і рекламної діяльності.

Тема 10. Реклама, як соціально-культурний феномен.