

**Рівненський державний гуманітарний університет**  
**художньо-педагогічний факультет**  
**кафедра культурології та музеєзнавства**

**1. Відомості про викладача, який викладає навчальну дисципліну**

<b>Назва дисципліни</b>	Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля
<b>Викладач</b>	Глушук Оксана Георгіївна
<b>Профайл викладача на сайті кафедри</b>	<a href="http://kulturologiya.rv.ua/kafedra/item/7-">http://kulturologiya.rv.ua/kafedra/item/7-</a>
<b>Е-mail викладача:</b>	<a href="mailto:glushchuk79@gmail.com">glushchuk79@gmail.com</a>
<b>Посилання на освітній контент в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі</b>	
<b>Консультації</b>	Онлайн-консультації:  - обговорення та затвердження запитань для прес-конференції і брифінгу, обговорення поточних подій для затвердження контенту, використання технологій

**2. Опис навчальної дисципліни**

ВК 08 Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля  
кількість кредитів ЄКТС – 5;  
кількість годин – 180 годин, у тому числі 60 аудиторних годин, 120 годин самостійна робота;

**3. Час і місце проведення навчальної дисципліни** Термін викладання – два семестри, 2,3 семестри.

**4. Пререквізити і постреквізити навчальної програми**

Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля належить до вибіркової навчальної дисципліни, освітній компонент циклу професійної підготовки;

- при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Соціокультурна сфера в умовах трансформацій», «Менеджмент культурних індустрій».

- основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Управління проектами в галузі культури», «Менеджмент фестивальної діяльності».

**5. Характеристика навчальної дисципліни**

**5.1. Призначення навчальної дисципліни**

Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля – це інструментарій в організації дієвого просування продукту сфери індустрії дозвілля. Також, це структурний компонент культури та інструмент духовного виробництва. В умовах глобалізації оволодіння рекламними і PR-технологіями є необхідним вмінням фахівця соціокультурної сфери.

## 5.2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля» є опанування теоретичними, професійними знаннями та практичними навичками щодо організації паблік рилейшнз і реклами у сфері індустрії дозвілля.

## 5.3. Завдання вивчення дисципліни

Завданнями навчальної дисципліни «Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля» є розвиток знань щодо: дослідження основних підходів та критеріїв класифікації індустрій дозвілля; вивчення сутності, значення та передумов використання паблік рилейшнз і реклами в індустрії дозвілля; визначення особливостей роботи фахівця з паблік рилейшнз і реклами в індустрії дозвілля; вивчення особливостей складання PR-програм; отримання практичних навиків розробки PR-програм і реклами в індустрії дозвілля; анімаційних програм різного спрямування; вміння аналізувати явища сфери індустрії дозвілля; творчо та нестандартно вирішувати інформаційні завдання, пов'язані зі сферою індустрії дозвілля; застосовувати отримані знання на практиці; представляти результати своєї діяльності за допомогою сучасних інформаційних технологій.

## 5.4. Зміст навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Паблік рилейшнз і реклама індустрій дозвілля» належить до вибіркових дисциплін.

Предметні компетентності: здатність до експертизи та надання консультаційної допомоги у розробленні соціально-культурних проектів і програм; здатність володіти сучасними технологіями менеджменту соціокультурної діяльності та ефективно їх використовувати в процесі професійної діяльності; здатність до практичної адаптації науково-обґрунтованих соціокультурних практик в умовах конкуренції.

## 5.5. План вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Назва теми	Форми організації навчання та кількість годин			Самостійна робота, кількість годин
		лекційні завдання	практичні завдання	лабораторні завдання	
1	Тема 1. Розвиток сфери індустрії дозвілля в Україні та за кордоном	2	2	2	15
2	Тема 2. Специфіка PR-діяльності у сфері індустрії дозвілля	2	2	2	15
3	Тема 3. Особливості роботи з об'єктами PR-діяльності у сфері індустрії дозвілля	4	4	4	15
4	Тема 4. PR-кампанії у сфері індустрії дозвілля	2	2	2	15
5	Тема 5. Використання інструментарію PR у фандрайзингу для сфери індустрії дозвілля	2	2	2	15
6	Тема 6. Основи іміджелогії та їх застосування у сфері індустрії дозвілля	2	2	2	15

7	Тема 7. Специфіка рекламної діяльності у сфері індустрії дозвілля	2	2	2	15
8	Тема 8. Особливості технології рекламної діяльності у сфері індустрії дозвілля	4	4	4	15
	<b>Разом</b>	20	20	20	120

## 6. Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота здобувача вищої освіти РДГУ є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час.

### Графік самостійної роботи

№ з/п	Вид самостійної роботи	Години	Термін виконання	Форма та метод контролю
1	Підготовка до практичних занять	40	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Підготовка до лабораторних занять	40	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка презентації	20	1 раз в семестр	Усний захист
4	Виконання індивідуальних завдань	20	2 рази в семестр	Усне опитування
	<b>Разом</b>	120		

## 7. Список основної та додаткової літератури

### Основна література

1. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз : навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал», 2008. 528 с.
2. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика: підруч. Київ: ВД «Скарби», 2011. 400 с.
3. Музейна справа та музейна політика в Україні ХХ ст.: зб. наук. пр. / за ред. М. Селівачова. Київ: Златограф, 2004. 208 с.
4. Нургалиев Л.В. Виртуальный музей: новая коммуникационная модель. URL: <http://confifap/cpic.ru/upload/spb2004/reports/doclad197.doc>.
5. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв : навч. посіб. / П. Горішевський, М. Ковалів, В. Мельник, С. Оришко. Івано-Франківськ: Плай, 2005. 400 с.

### Додаткова

1. Белофастова Т.Ю. Музей у системі сучасних комунікацій. *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва* : Науковий журнал. К.: Міленіум, 2013. № 4. С. 36–39. URL.: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vdakk/2009\\_4/8.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2009_4/8.pdf).

2. Маньковська Р. В. Музеї України в інформаційному просторі: досвід та перспективи. *Історія України. Маловідомі імена, події, факти*. Вип. 11. Київ, 2015. С. 214-221.
3. Мартюхіна К. В. PR в музейній справі. Музей видатних харків'ян імені К. І. Шульженко. *19 Сумцовські читання : Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства*. Харків, 2013. URL: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2013/article.html?n=861>
4. Музейний простір : сайт про музейну справу України. URL: <http://prostir.museum>.
5. Пантелейчук І.В. Віртуальний музей. *Питання культурології: Міжвід. зб. наук. ст.* Київ, 2012. Вип.18. С. 60-64.

## **8. Контроль і оцінка результатів навчання**

Розподіл балів між формам організації навчального процесу і видам контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами практичних та лабораторних занять – 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему, презентація тощо та письмовий контроль: контрольна робота в письмовій формі, виклад матеріалу на задану тему в письмовому вигляді); рубіжний контроль (контрольна робота у письмовій формі) – 20 балів; підсумковий контроль, (залік в усній формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання здобувачем вищої освіти другого (магістерського) рівня підсумкової контрольної роботи.

## **9. Політика навчальної дисципліни**

Активна участь здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня на практичних та лабораторних заняттях під час опитування, відвідування лекційних занять, ініціативність в обговоренні дискусійних тем, своєчасність виконання самостійної роботи, заохочення до науково-дослідної роботи.

## **10. 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.