

Плани практичних занять з курсу «Вступ до спеціальності. Реклама. Піар»

Практичне заняття 1. Системоутворювальні складові реклами.

1. Суб'єкт, об'єкт, мета та предмет реклами.
2. Головні відмінності між рекламою і PR.
3. Типи, види, категорії реклами.
4. Функції реклами та в суспільстві.
5. Рекламна термінологія (реклама, рекламне агентство, рекламна кампанія, аудиторія, ЗМІ, бренд, торгова марка, товарний знак, логотип, маркетинг).

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 2. Професії у галузі реклами і піар

1. Дизайнер у галузі реклами і PR
2. Фахівці рекламного агентства: рекламний агент, промоутер, екаунт-менеджер, копірайтер, креатор, менеджер рекламного виробництва тощо
3. Рекламні та PR-фахівці у ЗМІ: менеджер по роботі із замовниками, режисер рекламного відео, сценарист телереклами, фахівець із аудіореклами тощо
4. Фахівці відділу зв'язків з громадськістю: прес-секретар, PR-менеджер, організатор PR-заходів, керівник соціальних PR-проектів тощо
5. Фахівці рекламної служби підприємства: менеджер з реклами, бренд-менеджер, фахівець з реклами в Інтернет та соціальних мережах тощо
6. Професії у галузі політичної реклами та PR: спічрайтер, політконсультант, політтехнолог тощо

Література

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
3. Королько В. Г. Паблік рїлейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник - К.: ВД "Скарби", 2001. – 265 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. – К. ВД «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 831 с.
5. Мойсєєв В.А. Паблік рїлейшнз. – К.: Академвидав, 2007. – 240 с.
6. Обрїтько Б. А. Реклама і рекламна діяльність / Б. А. Обрїтько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
7. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності : навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рїлейшнз для професіоналов. – К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.
10. Ромат Е. Реклама: теория и практика / Е. Ромат, Д. Сендеров. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с.
11. Ромат Є. В. Основи реклами / Є. В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с.

12. Фред И. Х. Библия рекламы. Бесценный кладезь информации для тех, кто хочет извлечь максимум из вложений в рекламу : бизнес-букварь / И. Х. Фред. – М. : НТ "Пресс", 2007. – 672 с.
13. Яненко Я. В. Настольная книга менеджера по рекламе / Я. В. Яненко. – М. : ЛитРес, 2010. – 113 с.

Практичне заняття 3. Канали розповсюдження реклами

1. Засоби масової інформації в рекламній діяльності.
2. Розташування та специфіка реклами в газетах та журналах, радіо, телебаченні, пряма розсилка, зовнішня, реклама.
3. Інші канали: інтернет, виставки, реклама в місцях продажу, рекламні сувеніри.
4. Специфіка спонсорства та благодійності

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 4. Реклама як продукт

1. Слоган та його специфіка.
2. Специфіка тексту в рекламному повідомленні.
3. Ілюстративна складова реклами.
4. Фірмовий блок в рекламі.
5. Підготовка та розташування адресного блоку.

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 5. Форми і жанри реклами в друкованих ЗМІ

1. Класифікація за формоутворюючою ознакою, за жанрами, за місцем розміщення.
2. Газетна реклама, тематичне розмаїття, насиченість та образність.
3. Журнальна реклама: спрямованість, кольоровість та функціональне призначення.

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 6. Специфіка радіореклами

1. Пряма реклама. Спонсорство радіопрограм.
2. Інтеграція реклами в радіопроекти.
3. Структура рекламного ролика.
4. Хронометраж рекламного аудіоролика.
5. Прийоми сценарної організації аудіоролика. Розробка аудіоролика.

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 7. Жанри та різновиди телевізійної реклами

1. Пряма реклама. Спонсорство телевізійних програм.
2. Інтеграція реклами в телевізійних продуктах (Product Placement).
3. Накладення реклами поверх кадру.
4. Рекламний ролик як основний жанр реклами на телебаченні.
5. Хронометраж, структура та сюжет телевізійного рекламного ролика.
6. Прийоми рекламування, розробка сценарію, технологія виробництва кліпу.

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 8. Самобутність інтернет-реклами

1. Різновиди інтернет-реклами. Переваги та недоліки інтернет-реклами.
2. Методи та способи просування інтернет-повідомлень в мережах.
3. Способи оплати реклами в інтернеті.
4. Види та форми банерів. Способи оплати банерної реклами

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrum.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровая. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 9. Зовнішня, транзитна та ambient реклама

1. Переваги, недоліки та носії зовнішньої реклами.
2. Різновиди зовнішньої реклами.
3. Способи та вимоги розташування зовнішньої реклами.
4. Специфіка транзитної реклами. Переваги, недоліки та носії ambient реклами.

Література

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
2. Бугрим В.В. Вступ до спеціальності "Реклама і зв'язки з громадськістю"/Електронний диск-посібник.-К.: Vugrym.com, 2007.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
4. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотров. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

Практичне заняття 10. Організація діяльності служб із зв'язків з громадськістю

1. Прес-служба як основна організаційна форма зв'язків з громадськістю.
2. Принципи діяльності та функції прес-служб.
3. Керівник прес-служби, прес-секретар, речник та їх функції.
4. ПР-служби як структурний підрозділ організації: функції, завдання, загальна модель

Література

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
3. Королько В. Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник - К.: ВД "Скарби", 2001. – 265 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. – К. ВД «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 831 с.
5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. – К.: Академвидав, 2007. – 240 с.
6. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність / Б. А. Обритько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
7. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності : навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. – К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.

Практичне заняття 11. Інформаційно-комунікаційний інструментарій зв'язків із громадськістю

1. Організація та проведення основних заходів у галузі зв'язків з громадськістю (прес-конференція, брифінг, презентація, прес-тур).
2. Особливості ПР-текстів та вимоги до їх написання.
3. Прес-реліз як один із найпоширеніших різновидів інформаційного матеріалу

Література

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
3. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник - К.: ВД "Скарби", 2001. – 265 с.

4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. – К. ВД «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 831 с.
5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. – К.: Академвидав, 2007. – 240 с.
6. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність / Б. А. Обрителько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
7. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності : навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. – К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.

Практичне заняття 12. Основи медіа рілейшнз

1. Особливості масовокомунікаційної системи. Поняття "новина". Базові поняття новинної комунікації.
2. Механізми управління новинною комунікацією. Спіндокторство.
3. Прийоми смислового позиціонування та створення новин для ЗМК.
4. Антикризові зв'язки з громадськістю. Поняття "медіа рілейшнз". Медіа рілейшнз у надзвичайних ситуаціях

Література

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
3. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник - К.: ВД "Скарби", 2001. – 265 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. – К. ВД «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 831 с.
5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. – К.: Академвидав, 2007. – 240 с.
6. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність / Б. А. Обрителько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
7. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності : навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. – К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.

Практичне заняття 15. Іміджмейкінг у структурі паблік рілейшнз

1. Тлумачення "іміджу".
2. Іміджмейкінг та іміджування у PR-комунікаціях.
3. Технології формування ефективного іміджу.
4. Комунікативно-технологічна матрична структура іміджу.
5. Завдання іміджу в сфері паблік рілейшнз.

Література

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью: учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – М.: Академический Проект, 2009. – 511 с.
3. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика / Підручник - К.: ВД "Скарби", 2001. – 265 с.
4. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю: наукові основи, методика, практика. – К. ВД «Києво-Могилянська Академія», 2009. – 831 с.
5. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. – К.: Академвидав, 2007. – 240 с.

6. Обрисько Б. А. Реклама і рекламна діяльність / Б. А. Обрисько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
7. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності : навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – 176 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. – К.: Рефл-бук, Ваклер, 2002. – 624 с.