

PR ТА РЕКЛАМА
Економічний факультет

Освітній ступінь
Кількість кредитів ЄКТС
Форма контролю

Бакалавр
3
Залік

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «**PR та реклама**» відображає суть і зміст рекламної діяльності та комерційної пропаганди підприємств аграрного сектору, форми і методи її організації, механізм функціонування та методи управління рекламною діяльністю.

Завдання дисципліни «Паблік рілейшнз та реклама» полягають в отриманні студентами знань в сфері PR і реклами; генерації креативних ідей; виробництва друкованої та електронної реклами на ринках продукції аграрного сектору; управління політикою маркетингових комунікацій підприємств аграрного сектору; проведення прес конференцій та підготовці прес релізів; системи розподілення рекламних бюджетів на просування сільськогосподарської та продовольчої продукції; просування продукції аграрного сектору на внутрішньому та зарубіжному ринках; отримання знань в галузі планування рекламних кампаній, розробки стратегій реклами, управління та контролю рекламною діяльністю в агробізнесі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

- знати сутність феномену паблік рілейшнз (PR), розуміти місце і роль PR в соціальному житті суспільства;

- вміти використовувати методики системного та аналітичного мислення, комунікативних якостей; а також вміти використовувати методи впливу на громадськість: вербальні та невербальні засоби комунікації; оволодіють здібностями приймати рішення і вміння вести цивілізовану дискусію.

Програмні результати навчання.

Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем. Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань.

Зміст за темами:

1. Теоретичні аспекти паблік рілейшнз
2. Громадськість та громадська думка в сфері паблік рілейшнз
3. Взаємозв'язок паблік рілейшнз із ЗМІ
4. Управління процесом паблік рілейшнз
5. Організація виробництва друкованої та електронної реклами
6. Управління рекламними проектами
7. Стратегії реклами в агробізнесі
8. Контроль і аналіз рекламної діяльності в аграрному секторі