МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами

СИЛАБУС

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕКЛАМНОГО ТА PR-АГЕНТСТВА / ADVERTISING AND PR-AGENCY MANAGEMENT

Інформація про викладача	
Викладач	Алла Лук'янець
Науковий ступінь	-
Вчене звання	-
Посада	старший викладач кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 2
Контактний телефон	097 748 79 57
E-mail:	a.lukianets@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=829
Консультації	понеділок, четвер з 14:00 по 16:00
Інформація про освітній компонент	
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	06 «Журналістика»
Спеціальність	061 «Журналістика»
Освітня програма	Реклама і зв'язки з громадськістю
Навчальний рік	2026/2027
Семестр	V
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	III
Групи	РЗГ – 31д
Анотація курсу	Метою викладання освітнього компонента «Організація роботи рекламного та PR-агентства» є формування у здобувачів вищої освіти сучасної системи поглядів, спеціальних знань та вмінь у сфері організації роботи рекламної та ПР-агенції за допомогою різноманітного інструментарію, ознайомлення та освоєння здобувачами принципів, механізмів та підходів до організації діяльності рекламної та ПР-агенції; набуття вмінь застосовувати їх у безпосередній практичній діяльності, а також набуття навичок інформаційного забезпечення, планування, організації, реалізації та контролю діяльності рекламної та ПР-агенції.
Мова викладання	українська
Місце освітнього компонента в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	«Реклама і зв'язки з громадськістю»
Інтегральна компетентність (ІК)	здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.
Перелік загальних компетентностей	ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК07. Здатність працювати в команді. ЗК 13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів

	недоброчесності.
Перелік спеціальних компетентностей	СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність. СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт. СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності. СК07. Здатність застосовувати рекламно-інформаційні технології для управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій, воєнного стану.
Перелік програмних результатів навчання	ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань. ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег. ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань. ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення. ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах. ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційний ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
Пререквізити освітнього компонента	Попередньою умовою вивчення освітнього компонента «Організація роботи рекламного та PR-агентства» є базові знання здобувачів з маркетингових послуг, маркетингових комунікацій та реклами.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	лабораторні заняття	самостійна робота студентів		
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Генеза та еволюція розвитку рекламного та ПР-бізнесу	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 2. Типи рекламних та ПР-агенцій в діджитал середовищі	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 3. Організаційна структура управління рекламною та ПР-агенцією діджитал середовищі	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8

Тема 4. Суб'єкти та об'єкти рекламної та ПР-діяльності	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 5. Рекламні та ПР-продукти агенцій у діджитал середовищі	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 6. Формування ціни на рекламні та ПР-продукти	12	2	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 7. Організація відносин рекламної та ПР-агенції з підприємством-замовником у діджитал форматі	14	4	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 8. Рекламні та ПР-тендери в діджитал середовищі	14	4	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 9. Позиціювання рекламних та ПР-агенцій	14	4	4	6	В, РПЗ, РМГ	8
Тема 10. Маркетингові комунікації рекламних та ПР-агенцій у цифровому світі	19	4	6	9	В, РПЗ, РМГ	12
Індивідуальне завдання	17			17	ІЗ	16
Курсова робота	30			30		100
Разом	180/6	28	42	110		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:
В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.
РПЗ – розв'язання практичних завдань – 2 бали.
УД – участь у дискусії – 2 бали.
КТ – комп'ютерне тестування – 1 бал.
Т – тестування – 1 бал.
РЗ – розв'язування задач – 2 бали.
ТЕ – твори-есе – 2 бали.
РМГ – робота в малих групах – 1 бал.
Д – доповідь – 2 бали.
П – презентація – 2 бали.
ІЗ – індивідуальні завдання – до 16 балів за семестр:
ІЗ – індивідуальні завдання – до 16 балів за семестр:

- **Творчий проєкт з організації роботи рекламного або PR-агентства – до 16 балів:** обґрунтування концепції та спеціалізації агентства – до 3 балів; розроблення організаційної структури й розподіл функцій працівників – до 3 балів; визначення переліку послуг та порядку взаємодії з клієнтами – до 4 балів; планування ресурсів і бюджету – до 4 балів; презентація та захист проєкту – до 2 балів.
- **Підготовка та опублікування тез доповіді** на науковій конференції за тематикою дисципліни – до 8 балів.
- **Підготовка та виголошення доповіді** на науковій конференції, круглому столі або засіданні наукового гуртка за тематикою дисципліни – до 4 балів.
- **Участь у науковому заході як слухача з підготовкою аналітичного звіту** про можливості застосування отриманих знань у роботі рекламного або PR-агентства – до 4 балів.
- **Успішне проходження одного з онлайн-курсів на платформі**

	Prometheus, підтверджене сертифікатом, – до 8 балів. Рекомендовані курси: «Експрес-курс підготовки менеджера з продажу реклами в локальному медіа "з нуля"», «SMM: фундамент», «Цифровий маркетинг». Бали за різні види індивідуальних завдань можуть підсумовуватися, проте **загальна оцінка за ІЗ не може перевищувати 16 балів за семестр**. Опублікування тез і виголошення доповіді за темою одного дослідження можуть оцінюватися окремо за умови підтвердження кожного результату. Один і той самий результат роботи повторно не оцінюється, зокрема за формами контролю «Д», «П» та «ТЕ». Презентація та захист творчого проєкту входять до оцінки за цей проєкт. **Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.** Критерії оцінювання розроблені відповідно до положення Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти.
Основні літературні та інформаційні джерела	1. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р.URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text 2. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Шарко В.В., Танасійчук А.М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2024. 294 с. 3. Мельникович О. М. Організація роботи рекламного та PR-агентства: підручник. Київ: Державний торговельно-економічний університет, 2023. 460 с. 4. Smudde P. M. Managing Public Relations: Business Principles and Tools for Strategic Communication. 2nd ed. Routledge, 2023. URL: https://www.routledge.com/Managing-Public-Relations-Business-Principles-and-Tools-for-Strategic-Communication/Smudde/p/book/9781032076768. 5. Turnbull S., Kelley L. D., Jugenheimer D. W. Advertising Account Planning: Planning and Managing Strategic Communication Campaigns. 4th ed. New York: Routledge, 2023. 286 p. DOI: https://doi.org/10.4324/9781003250449. 6. Singh A. Agency Management. 1st ed. Himalaya Publishing House, 2024. 112 p. 7. Rabindranath M., Singh A. K. Advertising Management: Concepts, Theories, Research and Trends. Singapore: Palgrave Macmillan, 2024. XV, 267 p. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-99-8657-6. 8. Санакоєва Н. Д. Теорія і практика PR: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 180 с. URL: https://dspace.znu.edu.ua/items/104461ee-343b-49d7-8362-905029c05ae4. 9. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/123456789/3014. 10. Яненко Я. В. Як писати рекламні та PR-тексти: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2023. 86 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91580. 11. Практика рекламної та PR-діяльності. Частина 2. Рекламна та PR-діяльність. Практикум: навчальний посібник / уклад.: О. О. Балюн, Т. В. Фісенко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 53 с. URL: https://ela.kpi.ua/items/d57377d0-2b9e-4fb5-96ed-f67bbf9115e7. 12. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу: підручник. Київ: Державний торговельно-економічний університет, 2024. 260 с.

	DOI: https://doi.org/10.31617/p.knute.2024-35. 13. Mahoney J. Public Relations Writing. 4th ed. Routledge, 2025. URL: https://www.routledge.com/Public-Relations-Writing/Mahoney/p/book/9781032983820.
Політика освітнього компонента	
Організація навчання	Організація навчання відбувається відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти. Відвідування навчальних занять з освітнього компонента «Організація роботи рекламного та PR-агентства» є обов'язковим, згідно розкладу. Конспектування лекційного матеріалу у вигляді коротких тезисів вітається, але не є обов'язковим. Підготовка до практичного заняття передбачає опрацювання переліку питань, що виносяться на обговорення, та створення конспекту, проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE. Самостійна робота передбачає проходження в позаурочний час курсів на платформі Prometheus або інших платформах, написання есе, виконання наукового дослідження за обраною темою, участь у наукових заходах та оцінюється у межах визначених критеріїв.
Інтеграція ШІ в освітній процес	Інтеграція ШІ в освітній процес здійснюється відповідно до Політики застосування штучного інтелекту (ШІ). Згідно п. 3.1, Інститут заохочує відповідальне використання ШІ для покращення та оптимізації процесу навчання. Здобувачі можуть використовувати інструменти ШІ для таких завдань, як планування та генерація ідей, допомога в дослідженнях, покращення власного тексту, за умови, що фінальний продукт є результатом їхньої власної інтелектуальної праці. При підготовці наукових статей, тез слід дотримуватися вимог до декларування та цитування, визначених п. 3.3.
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені навчальні заняття мають бути відпрацьовані. Відпрацювання пропущеного лекційного заняття передбачає підготовку конспекту з відповідної теми. Пропущені практичні заняття відпрацьовуються шляхом проходження комп'ютерного тестування в системі MOODLE, короткого усного опитування з відповідної теми. Відпрацювати пропущені заняття можна щопонеділка та щочетверга, з 14^{00} до 16^{00} (каб. 2, к. 1).
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).
Академічна доброчесність	При вивченні освітнього компонента, в т. ч. підготовці наукових робіт (наукових статей, тез, рефератів, ін.), здобувачам вищої освіти необхідно дотримуватися академічної доброчесності, відповідно до Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти.

	При виконанні підготовці наукових статей, тез суворо забороненими і розглядаються як грубе порушення принципів академічної доброчесності, що прирівнюється до плагіату та академічного шахрайства, є пряме копіювання (плагіат), використання під час контрольних заходів, фальсифікація та вигадування, делегування ключових завдань, виконання роботи за іншого, відповідно до п. 3.2. Політики застосування штучного інтелекту (ШІ).
Інші складові політики освітнього компонента	Здобувачі вищої освіти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті, згідно з Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти.

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 13 від 20.08.2026

Науково-педагогічний працівник — Алла ЛУК'ЯНЕЦЬ

В.о. завідувача кафедри — Надія АНДРУСЕНКО