

**Рівненський державний гуманітарний університет**  
**Художньо – педагогічний факультет**  
**Кафедра культурології та музеєзнавства**

<b>Назва дисципліни</b>	Реклама в КДД
<b>Викладачі</b>	канд. пед. наук, доцент Тюска Валентина Борисівна
<b>Профайл викладачів, сторінка дисципліни в CMS</b>	Сайт кафедри культурології та музеєзнавства <a href="http://kulturologiya.rv.ua">http://kulturologiya.rv.ua</a>
<b>E-mail:</b>	Доцента Тюски В.Б. - <a href="mailto:valentunatiuska@ukr.net">valentunatiuska@ukr.net</a>
<b>Консультації</b>	<i>Очні консультації:</i> к-сть годин і розклад присутності на кафедрі згідно з графіком консультацій <i>Онлайн- консультації:</i> Розклад присутності викладача на спеціальному форумі (в інтернет мережах). <a href="https://www.facebook.com/culture.museum.rivne/">https://www.facebook.com/culture.museum.rivne/</a>

## 1. Анотація до дисципліни

Навчальна дисципліна «Реклама в КДД» належить до переліку вибірових навчальних дисциплін. Викладається для здобувачів освітнього рівня бакалавр спеціальності 034 «Культурологія» та спрямована на вивчення здобувачами вищої освіти: сутності злободенних питань, пов'язаних з теоретичними засадами рекламної діяльності як наукової дисципліни. Реклама становить собою показове явище сучасного соціокомунікаційного простору й важливий напрямок прикладної діяльності. Вона входить у життя сучасної людини-споживача, перебираючи на себе функції чинника, який не лише значною мірою визначає економічну сферу життя суспільства, а також й одночасно формує масову культуру і свідомість особистості.

Дисципліна «Реклама в КДД» структурована відповідно до вимог сучасної педагогічної й методичної науки, матеріал дисципліни є зрозумілим для здобувачів, а поетапність ознайомлення передбачає послідовне й систематичне засвоєння знань. У процесі викладання забезпечується перехід від простого до більш складного, від відомого до нових знань, понять, термінів; навчальний матеріал спрямований на розвиток у здобувачів інтересу до наукової творчості, самостійного пошуку інноваційних знань, розвитку тих компетентностей, які необхідні бакалавру для ефективного провадження науково-педагогічної діяльності.

## 2. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів — 6	Галузь знань 03 гуманітарні науки  Спеціальність 034 Культурологія	Варіативна частина (за вибором)	
Модулів — 2	Професійне спрямування: бакалавр культурології	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів — 2		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання : презентація (назва)		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин — 180		8-й	8-й
		<b>Лекції</b>	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних — 2 самостійної роботи студента — 2	Освітній ступінь: бакалавр	30 год.	8 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		20 год.	8 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		22 год.	0 год.
	<b>Самостійна робота</b>		
	108 год.	164 год.	

		Індивідуальні завдання: 0 од.
		Вид контролю: екзамен

### 3. Передумови

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Реклама в КДД» значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: педагогіка; психологія; українська культура, інформаційно-комунікаційні технології, соціокультурне проектування, народна художня культура.

### 4. Мета та завдання дисципліни

2.1 **Метою** викладання навчальної дисципліни є : оволодіння здобувачами вищої освіти базовими теоретичними знаннями в галузі реклами, зокрема, соціокультурної реклами та застосування їх в процесі практичної діяльності, пов'язаної зі створенням рекламних матеріалів соціокультурного характеру та проектуванням рекламно-інформаційної кампанії із забезпеченням їх максимальної комунікативної ефективності.

2.2 Основними **завданнями** вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів системи всебічних знань про сутність, базові принципи та технології рекламного креативу, набуття вмінь і практичних навичок самостійної розробки рекламних звернень та побудови рекламних кампаній з урахуванням інтересів ринку, вивчення особливостей застосування креативу у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті, формування знань про специфіку та принципи рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами, орієнтація здобувачів на поєднання у практичній діяльності стандартних наукових підходів та творчого переосмислення дійсності, практичне використання набутих у процесі вивчення дисципліни знань та умінь, з метою реалізації рекламної діяльності.

#### Дисципліна формує наступні компетентності:

- ЗК02 - Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 03 - Професійне володіння (усне та письмове) державною та іноземними мовами.
- ЗК04 - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК05 - Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК06 - Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, досліджувати та регулювати різні типи культурних практик.
- ФК01 - Здатність узагальнювати знання про культуру.
- ФК06 - Здатність розуміти процеси культурно-історичної динаміки та використовувати професійно профільовані знання й практичні навички.
- ФК07 - Здатність налагодити комунікативний процес із представниками різних соціально-культурних угруповань в процесі підготовки та організації культурно-дозвілдової діяльності та розробці варіантів соціокультурного проектування.
- ФК 08 - Вміння орієнтуватись у етапах розвитку художньої культури та видах мистецтва, розробляти та регулювати інноваційні соціокультурні та мистецькі проекти.

#### Програмні результати навчання:

ПР01 - Культурологічної термінології, понятійно-категорійного апарату дозвіллезнавства та практичної сфери культури.

ПР02 - Специфічності та взаємозв'язку між історичними, культурними, економічними, політичними, правовими, етичними, естетичними та соціальними процесами.

ПР09 - Основних вимог щодо написання рецензій та реферативних матеріалів на актуальні теми у галузі культури і мистецтва.

ПР12 - Володіти професійною термінологією з культурологічних дисциплін.

ПР18 - Брати участь у ділових іграх, що моделюють ситуацію, яка наближена до реальної професійної сфери здобувача вищої освіти.

ПР19 - Впроваджувати практику командної роботи для організації культурно-дозвіллевої роботи, розробки сценарного, режисерського та рекламного продукту.

ПР22 - Пояснювати перспективи, позитивні та негативні тенденції становлення та розвитку певного культурного феномену.

ПР23 - Класифікувати інноваційні форми і технології культурної практики сучасності. Застосовувати інформаційно-комп'ютерні технології у професійній діяльності.

### **5. Очікувані результати:**

В результаті вивчення дисципліни «Реклама в КДД» здобувач знає:

- передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;
- головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;
- базові принципи рекламної діяльності, схеми побудови рекламних звернень ;
- специфіку застосування сучасних комунікативних технологій у рекламній діяльності;
- характеристику та особливості застосування рекламних стилів, підходів структуралізму у рекламному креативі;
- критерії доцільності втілення творчого задуму у рекламі, особливості розробки слогану;
- особливості рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами;
- специфіку застосування сучасних підходів у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті;
- правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі.

*Вміє:*

- володіти термінологічним апаратом дисципліни;
- практично використовувати теоретичні знання;
- застосовувати знання з курсу на практиці для вивчення, збереження та реалізації рекламної діяльності;
- застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції КДД;
- виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;
- створювати та використовувати власні креативні ідеї у розробці рекламної продукції КДД;
- користуватися технологічними прийомами креативу для реалізації конкретних завдань у сфері реклами;
- здійснювати аналіз рекламних звернень та розробляти слоган;
- оцінювати якість та ефективність реалізації рекламного креативу;
- створювати рекламну продукцію, що поширюється у сфері культури та освіти.

**Набути соціальних навичок (soft-skills):** (відповідно до загальних компетентностей)

- здатність навчатися протягом усього життя;
- вміння працювати в команді;
- здатність логічно і системно мислити.

## 6. Дидактична карта дисципліни

Теми заняття, кількість годин	Форма діяльності	Методи навчання і оцінювання	Оцінювання аудиторної роботи	Завдання самостійної роботи, години	Література, інформаційні ресурси	Оцінювання самостійної роботи	Термін виконання самостійної роботи
<b>Змістовий модуль 1. Основні етапи розвитку реклами</b>							
<b>Тема лекції 1.</b> <i>кількість годин</i> - 2 год  Феномен реклами в сучасному світі	Лекція	МН1, МН3, МН4, МН5, МН6 МО4, МО6	4	Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз	2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12 <i>нумерація згідно переліку списку літератури</i>	1 бал	До проведення наступного аудиторного заняття
<b>Тема практичного заняття 1</b> - 2 год Розвиток рекламної діяльності.	Практичне заняття	МН2 МН5, МН6 МО4, МО5, МО6 МО7	6 балів		2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12 <i>нумерація згідно переліку списку літератури</i>		
<b>Тема лекції 2.</b> <i>кількість годин</i> - 2 год  Історія виникнення та розвитку реклами	Лекція	МН1, МН3, МН4, МН5, МН6 МО4, МО6	4	Організація діяльності системи зв'язків з громадськістю	2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 18, 19, 20 <i>нумерація згідно переліку списку літератури</i>	1 бал	До проведення наступного аудиторного заняття
<b>Тема лекції 3.</b> <i>кількість годин</i> - 2 год  Функції реклами як соціокультурного інституту	Лекція	МН1, МН3, МН4, МН5, МН6 МО4, МО6	4	Громадська думка як об'єкт ПР-діяльності	2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 20 <i>нумерація згідно переліку списку літератури</i>	1 бал	До проведення наступного аудиторного заняття
<b>Тема лекції 4.</b> <i>кількість годин</i> - 2 год  Законодавство з рекламної діяльності	Лекція	МН1, МН3, МН4, МН5, МН6 МО4, МО6	4		2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12, 20 <i>нумерація згідно переліку списку літератури</i>	1 бал	До проведення наступного аудиторного заняття

<b>Тема лекції 5.</b> <i>кількість годин</i> - 2 год Рекламні комунікації	Лекція	МН1, МН3, МН4, МН5, МО4, МО6	4	Засоби масової інформації як важливий інструмент реклами	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16	1 бал	До проведен- ня наступного аудиторно- го заняття
<b>Тема практичного заняття 2</b> - 2 год Класифікація засобів поширення реклами.	Практич- не заняття	МН2, МН5, МН6  МО4, МО5, МО6, МО7	4 балів		2, 3, 4, 6, 9, 10, 11, 12 <i>нумераці я згідно переліку списку літерату ри</i>		
<b>Модульна контрольна робота</b>		МО4	10 балів				
<b>Індивідуальне завдання</b>	Презент ація результатів навчан ня	МО4, МО6, МО7, МО8				5	
<b>Змістовий модульний контроль 1</b>			30 балів				

### **МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

МН1 –словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);

МН2 –практичний метод (лабораторні та практичні заняття);

МН3 –наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);

МН4 –робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);

МН5 –відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 –самостійна робота (розв'язання програмних завдань);

МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

### **МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

МО1 –екзамен;

МО2 –усне або письмове опитування

МО3 - колоквиум,

МО4 –тестування;

МО5 –командні проєкти;

МО6 –реферати, есе;

МО7 –презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

МО8 –студентські презентації та виступи на наукових заходах;

МО9 – захист лабораторних і практичних робіт;

МО10 –залік.

## 7. Технічне й програмне забезпечення /обладнання

У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з деканатом, викладачами і методистами кафедри з приводу проведення навчальних занять і консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу) та оргтехніку для комунікацій з деканатом, кафедрою, викладачами з метою виконання завдань самостійної роботи.

## 8. Політика дисципліни

При організації освітнього процесу в Рівненському державному гуманітарному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь студентів, Положення про практики студентів, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти, Положення про державну атестацію студентів.

## 9. Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу (реферат, есе, курсову тощо) повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в індивідуальній роботі здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати ще раз індивідуальні завдання, які передбаченні у силабусі.

## 10. Система оцінювання та вимоги

**Види контролю:** поточний, модульний, підсумковий.

**Методи контролю:** спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

**Форма контролю:** екзамен.

**Критерії оцінювання.** Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни.

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82-89	B	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти,			



			узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням залікового кредиту	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Рівень знань оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь студентів РДГУ:

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність під час практик; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

#### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни

Підсумковий контроль проводиться у формі **екзамену** і оцінюється в межах *сорока балів*.

Поточне тестування та самостійна робота														Підсумковий тест (екзамен)	Сума	
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2									40	100	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14			T15
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			4

**Види контролю: поточний, підсумковий.**

**Методи контролю:** спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

**Форма контролю:** екзамен.

**Контроль** знань і умінь студентів (поточний і підсумковий) з дисципліни здійснюється згідно з кредитно-модульною системою організації навчального процесу. Рейтинг здобувача із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою. Він складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 100 балів.

**Критерії оцінювання.**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в навчально-методичній карті. Розподіл балів між видами занять (лекції, практичні заняття, самостійна робота) можливий шляхом спільного прийняття рішення викладача і здобувача на першому занятті.

**Рівень знань оцінюється:**

**«відмінно»** – здобувач дає вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді не менш ніж на 90% запитань, рішення задач та виконання вправ є правильними, демонструє знання матеріалу підручників, посібників, інструкцій, проводить узагальнення і висновки, акуратно оформлює завдання, був присутній на лекціях, має конспект лекцій чи реферати з основних тем курсу, проявляє активність і творчість у виконанні групових завдань;

**«добре»** – коли здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій і розрахунків, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді, був присутній на лекціях, має конспект лекцій чи реферати з основних тем курсу, проявляє активність у виконанні групових завдань;

**«задовільно»** – коли здобувач дає правильну відповідь не менше ніж на 60% питань, або на всі запитання дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає грубі помилки, які виправляє за допомогою викладача. При цьому враховується наявність конспекту за темою завдань та самостійність, участь у виконанні групових завдань;

**«незадовільно»** з можливістю повторного складання – коли здобувач дає правильну відповідь не менше ніж на 35% питань, або на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає грубі помилки, має неповний конспект лекцій, індиферентно або негативно проявляє себе у виконанні групових завдань.

Підсумкова (загальна оцінка) курсу навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове тестування рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання практичних індивідуальних завдань. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок за змістові модулі. Остаточна оцінка рівня знань складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 100 балів.

## 11. Перелік питань до екзамену

1. Визначення реклами і рекламної діяльності. Комунікативний аспект реклами.
2. Ефективні комунікаційні технології. Комунікативні бар'єри.
3. Основні цілі рекламної комунікації. Завдання реклами.
4. Етапи рекламної комунікації. Учасники рекламної комунікації.
5. Місце і роль реклами у соціокультурній діяльності.
6. Історія розвитку реклами в античні часи та в середньовіччі.
7. Роль професії оповісника у розвитку аудіореклами.
8. Живописна рекламна вивіска. Історія рекламного плакату.
9. Винахід друкарського станка та розвиток друкованої реклами.
10. Реклама діяльність в Європі та у США у новий час.
11. Особливості та функції реклами як соціального інституту.
12. Преса як засіб реклами.
13. Радіо як засіб реклами.
14. Телебачення як засіб реклами.
15. Зовнішня реклама та реклама на транспорті.
16. Культурно-мистецькі заходи як засіб реклами.
17. Контактна реклама.
18. Реклама поштою.
19. Рекламна література і рекламно-інформаційні матеріали.
20. Виставки як засіб реклами.
21. Зв'язки з громадськістю.
22. Спонсорство як засіб реклами.
23. Масова реклама.
24. Організація та функції відділу реклами. Менеджер з реклами.
25. Взаємодія відділу реклами з рекламним агентством.
26. Історія становлення і розвитку рекламних агентств у світі.
27. Функції рекламного агентства у рекламній діяльності.
28. Типи сучасних рекламних агентств.
29. Роль ЗМІ у рекламній діяльності.
30. Глобалізація і розвиток ЗМІ.
31. Цільова аудиторія реклами.
32. Мотив, мотивація, стимул і стимулювання в рекламі.
33. Рівні впливу реклами на споживача.
34. Сугестія як основний метод впливу реклами на споживача.
35. Психологічні фактори у рекламній комунікації.
36. Рекламне повідомлення, оголошення, звернення.
37. Основні складові рекламного тексту.
38. Основні етапи створення рекламних звернень.
39. Знаки і символи у рекламі. Значення кольору.
40. Дизайн, макет, друкографіка друкованого рекламного продукту.

41. Закони дизайну рекламних оголошень.
42. Розробка та виробництво телевізійного рекламного ролика.
43. Фірмове гасло у рекламі. Основні елементи фірмового стилю.
44. Творчі стилі у рекламі.
45. Поняття рекламної кампанії. Етапи розробки рекламної компанії.
46. Види творчої рекламної стратегії.
47. Законодавство України в галузі реклами.
48. Соціальна реклама.
49. Контроль за дотриманням і відповідальність за порушення законодавства про рекламу.
50. Рада з питань реклами при Кабінеті Міністрів України.
51. Міжнародне законодавство в галузі реклами.
52. Основні морально-етичні принципи реклами.
53. Поняття ефективної реклами. Критерії ефективності реклами.
54. Методи підвищення ефективності реклами.
55. Тенденції розвитку сучасної глобальної реклами.
56. Міжнародні організації в рекламі.
57. Перспективи розвитку реклами в Україні.
58. Новітні засоби реклами: Інтернет. Типи реклами “он-лайн”.
59. Новітні засоби реклами: альтернативне телебачення.
60. Поняття брендінгу у рекламі.

## **12. Рекомендована література**

### **Базова**

1. Болл Дж. Реклама : пер. с англ. / Под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского . СПб : Питер, 2007. 167 с.
2. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.К.: Т-во “Знання”, 2001.456 с.
3. Квасова Л. С. Рекламний менеджмент: Конспект лекцій. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2013. 60 с.
4. Королько В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика. практика. Підручник . К.: Видавництво Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.
5. Королько В.Г. Паблік рилешнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп. К.: Видавничий дім “Скарби”, 2001. 400 с.
6. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : Навч. посібник . 2-ге вид., доп. К. : КНЕУ, 2003. 440 с.
7. Маркетинг : Навч. посібник / за заг.ред. д.е.н., проф. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
8. Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама : монографія . Київ : КНТЕУ, 2017. 220 с.
9. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз: Навч. посібник. К.: Академвидав, 2007. 224 с.
10. Мудров А. Н. Основы рекламы : учебник . 2-е изд., перераб. и доп. М. : Магистр, 2008. 397 с.
11. Нильсон Т. Конкурентный брендинг. СПб.: Питер, 2003.
12. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. К.: МАУП, 2002. 240 с.
13. Основы реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / За заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. 431 с.
14. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз : Навчальний посібник. К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. 506 с.

15. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент : Навч. посібн. Харків : вид-во Іванченко, 2015. 169 с.
16. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К.: МАУП, 2001. 104 с.

#### Допоміжна

17. Діброва Т. Г. Реклама сьогодні, або які рекламні послуги потрібні українському ринкові . Маркетинг в Україні. 2000. №1 (3). С. 34-36.
18. Карпушин Д., Чикирова С. Прес-релиз: правила составления. М.: Вершина, 2007. 224 с.
19. Маркетинг, менеджмент, облік, ефективність: Навч. посіб. Харків: Студцентр, 2006. 480 с.
20. Марутян Р. Р. Інтернет як інструмент формування суспільної думки в період виборчих кампаній . *Нова парадигма*. 2004. Вип. 37. С. 185–193.
21. Международный кодекс рекламной практики. Редакция от 02.12.86 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
22. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.: Армада-пресс, 2002. 688 с.
23. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.

### 13. Інформаційні ресурси

1. Інформаційно - нормативна база Міністерства освіти і науки України.
2. Інформаційно - нормативна база Міністерства культури України.
3. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, м. Київ, пр. 40 – річчя Жовтня, 3.
4. Обласна наукова бібліотека , м. Рівне, майдан Короленка, 6.
5. Наукова бібліотека РДГУ, м. Рівне, вул. Пластова, 31 .
6. Українська асоціація маркетингу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua>.
7. Украинский Интернет-ресурс по PR. URL: [www.propr.com.ua](http://www.propr.com.ua)
8. Українська ліга зв'язків з громадськістю. URL: [www.pr-liga.org.ua](http://www.pr-liga.org.ua)
9. Офіційний веб-портал Державної архівної служби України. URL: <http://www.archives.gov.ua>

Інтернет - ресурс:

1. <http://osvita.ua>

2. <http://www.mon.gov.ua>
3. <http://www.novadoba.org.ua>
4. <http://lesson-history.narod.ru>
5. <http://www.teacher.syktso.ru>
6. <http://ostriv.in.ua/>
7. <http://zakon.rada.gov.ua>
8. <http://users.kpi.kharkov.ua>
9. <http://www.library.edu-ua.net>
10. <http://www.ukr-orthodox.rv.ua>
11. [http :// www. kmu. gov. ua./ control. \\_ 10. \\_ gl.](http://www.kmu.gov.ua/control_10_.gl)
12. [http : // www. vr. gov. ua./ komcultural.-php #.](http://www.vr.gov.ua/komcultural.-php#)
13. [http:// www. culturalstudies. in. ua](http://www.culturalstudies.in.ua)
14. [http:// www. Library-rdgu. rv.ua](http://www.Library-rdgu.rv.ua)
15. [http:// www. Library rv.ua](http://www.Library.rv.ua)
16. [http:// www. service@nbuv.gov.ua](http://www.service@nbuv.gov.ua)
17. <http://www.kulturologiya.rv.ua>
18. [http: // hudped.rv.ua](http://hudped.rv.ua)
19. <http://www.rshu.edu.ua>