Дисципліна «**Теорія і практика реклами**» забезпечує формування у майбутніх фахівців ‒ сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі реклами, набуття практичних навичок щодо проведення досліджень інформаційного ринку, планування та організації рекламної діяльності, контролю її результатів.

**Метою курсу** «Теорія і практика реклами» є ознайомлення студентів з теоретико-методологічними, історичними та організаційно-методичними основами рекламної діяльності, вивчення впливу реклами на світову економіку і економіку України, з’ясування ролі реклами у формуванні суспільства, а також встановлення обмежень, якими суспільство оберігає себе від маніпуляцій в рекламі. У процесі вивчення курсу студенти знайомляться з характером і методами роботи фахівців рекламної справи, дізнаються про можливості, які відкриває перед нами ця сфера.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання:**

-актуалізувати знання студентів про основні концепції маркетингу та просування товару від товаровиробника до споживача, а також підходи до вивчення реклами та PR як соціокультурного явища й інструменту соціально-психологічного впливу на споживчу поведінку;

- познайомити студентів зі структурою і динамікою ринку реклами та PR, сучасною практикою використання реклами та PR у діяльності підприємств і організацій;

-дати уявлення про міждисциплінарний характер навчальної дисципліни, продемонструвати його на прикладі рекламно-комунікаційних компаній, проектно-дослідницьких розробок з проблематики споживчої поведінки та впливу на нього реклами;

-створити умови для розвитку у студентів навичок аналізу, планування, проектування, необхідних для створення базових навичок щодо здійснення діяльності на посаді співробітника маркетингового (рекламного та PR) відділу або рекламної компанії, діяльність якого спрямована на вирішення проблем розвитку комерційних і некомерційних компаній засобами реклами.