



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Управління рекламними проектами»

Ступінь вищої освіти - Магістр  
Спеціальність: 075 «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»  
Рік навчання: 1, семестр: 2  
Форма навчання: денна  
Кількість кредитів ЄКТС: 5  
Мова викладання: українська

### Лектори курсу

**Луцій Олександр Павлович**, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі  
**Нагорна Олена Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

### Контактна інформація лектора (e-mail)

e-mail: [lutsiy\\_alex@ukr.net](mailto:lutsiy_alex@ukr.net)

### Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=903>

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Підготовка та реалізація проектів – складний і високо ризикований вид господарської діяльності, що стає дедалі спеціалізованим.

Управління рекламними проектами є синтетичною дисципліною, що поєднує як спеціальні, так і міждисциплінарні знання. Спеціальні знання впливають особливості такої сфери діяльності, до якої належать проекти будівельні, інноваційні, екологічні, науково-дослідні та інші.

Мета викладання дисципліни «Управління рекламними проектами» – ознайомити з методологією управління рекламними проектами, стандартами і технологією їх розробки та реалізації;

Сформувати стратегічне управлінське рекламне мислення, практичні навички у сфері управління рекламними проектами, а також вміння використовувати спеціальні та довідкові літературні джерела, а також закони України у практичній діяльності.

Після опанування дисципліни магістрант має отримати універсальні знання та методи управління рекламними проектами, що дають змогу розв'язувати такі завдання: визначити цілі проекту; формувати його обґрунтування; структурувати проект (підцілі, під проекти, риси, етапи, тощо); визначити фінансові потреби і джерела його фінансування проекту; добирати постачальників, підрядчиків та інших виконавців (на основі торгів та конкурсів); готувати і укладати контракти; розрахувати кошторис і бюджет проекту; визначити терміни виконання проекту та розробляти графіки його реалізації; контролювати процес виконання проекту і коригувати план його реалізації.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
<b>2 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
<b>Тема 1.</b> Основи управління рекламними проектами.	<b>4/3</b>	Знати основні поняття та категорії управління рекламними проектами. Розуміти принципи і методи управління проектами. Вміти виявляти фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації на політику просування продукції; використовувати відповідно до ситуації технології з прийняття та реалізації рекламних проектів; формувати ефективні концепції реклами та стимулювання збуту в процесі створення проекту. Створювати творчі колективи для розробки і впровадження проекту.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
<b>Тема 2.</b> Організація рекламного проекту, методи та інструменти управління..	<b>4/4</b>			20
<b>Тема 3.</b> Розробка та планування рекламного проекту .	<b>4/4</b>			20
<b>Тема 4.</b> Команда для розробки та управління проектом.	<b>4/4</b>			20
<b>Тест до модуля 1</b>				30
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>16/15</b>			<b>100</b>

<b>Модуль 2</b>				
<b>Тема 5.</b> Управління фінансами для реалізації рекламного проекту.	<b>4/3</b>	<b>Магістрант повинен вміти:</b> запровадити на підприємстві фінансові, організаційні і інформаційні зміни, які б забезпечили розвиток конкретних проектів реклами продукції підприємства; обрати найбільш ефективні види та засоби реклами, організувати процес безперервного планування та контролю за їх практичним використанням; обґрунтувати стратегію і тактику рекламних кампаній продукції конкретного підприємства; здійснити моніторинг рекламних агенцій і ЗМІ, видів та засобів реклами; розробити рекламний проект, як одну із складових частин загальної програми	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	<b>20</b>
<b>Тема 6.</b> Управління якістю рекламного проекту та вплив фактора часу на можливість реалізації його.	<b>2/4</b>			<b>10</b>
<b>Тема 7.</b> Критерії оцінки рекламних проектів.	<b>4/4</b>			<b>20</b>
<b>Тема 8.</b> Реалізація (закриття) проекту, зворотній зв'язок та вирішення проблем	<b>4/4</b>			<b>20</b>

пов'язаних з завданням проекту.		маркетингу підприємства.		
<b>Тест до модуля 2</b>				<b>30</b>
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>14/15</b>			<b>100</b>
<b>Всього за навчальну роботу</b>		$0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$	<b>70</b>	
<b>Підсумкова атестація (екзамен)</b>	<b>30</b>			
<b>Всього за курс</b>	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно