



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Креатив у рекламі»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність: 075 Маркетинг
Освітньо-професійна програма Маркетинг
Рік навчання: 1, семестр: 2
Форма навчання: денна
Кількість кредитів ЄКТС: 3
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Буряк Руслан Іванович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Луцій Олександр Павлович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Контактна інформація лектора (e-mail)

e-mail: lutsiy_alex@ukr.net

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=3715>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета та завдання навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань в сфері творчості в рекламі та пропаганді, з обрання, планування та розробки стратегії і тактики інновацій в сфері PR і реклами на ринку агропромислової продукції України.

В результаті вивчення дисципліни **магістрант повинен знати** зміст та завдання функціональних підсистем комунікацій; структуру та елементи підсистем забезпечення реклами та пропаганди ; процес та елементи взаємодії суб'єктів ринку реклами; принципи та етапи розробки планів реклами та PR, методологію латерального маркетингу, методики генерації нових ідей; методи маркетингових досліджень ринку реклами і моніторингу окремих видів та засобів комунікацій; процес реакції та етапи поведінки споживачів щодо PR заходів та рекламних повідомлень ; методику сегментації ринку та позиціонування товару, або торгової марки з урахуванням цілей і задач рекламних кампаній; сутність стратегічних і тактичних рішень фірми у сфері менеджменту рекламних проектів; організацію управління та функції відділів реклами та прес секретарів підприємств, великих і малих категорій універсальних та спеціалізованих рекламних агенцій; тенденції розвитку міжнародного і вітчизняного ринку реклами та його подальші перспективи; нормативно-правову та законодавчу базу, що регулює ринок пропаганди і реклами, та забезпечує захист нововведень в Україні та за кордоном.

Після вивчення дисципліни «Креатив у рекламі» магістранти мають здобути переконливої освіченості у фундаментальних можливостях креативного і рекламного менеджменту для забезпечення та розширення активності підприємницької діяльності та розширення активності підприємницької діяльності у конкретних організаціях і умовах.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
2 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Сутність, види та цілі реклами	2/3	Знати основні поняття та категорії креативного та рекламного менеджменту. Розуміти принципи і методи управління рекламою. Вміти виявляти фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації на політику просування продукції; використовувати відповідно до ситуації технології з прийняття та реалізації креативних рішень; формувати ефективні творчі концепції реклами в процесі маркетингової діяльності. Розуміти сутність стратегій креативного менеджменту фірми..	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
Тема 2. Організація та планування рекламної діяльності	2/4			20
Тема 3. Підготовка та проведення рекламної кампанії	2/4			20
Тема 4. Контроль результатів від реалізації рекламних кампаній	2/4			15
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1	8/15			100
Модуль 2				
Тема 5. Історичні етапи еволюції PR та пропаганди	1/3	Магістрант повинен вміти: запровадити на підприємстві певні методичні, організаційні і інформаційні зміни, які б забезпечили розвиток реклами продукції конкретного 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	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 6. Управління творчим процесом	2/4			15
Тема 7. Креативні рішення в пропаганді	2/4			15
Тема 8. Взаємозв'язок PR із медіа носіями	2/4			20

		моніторинг рекламних агенцій, видів та засобів реклами; розробити план реклами, як одну з складових частин загальної програми маркетингу підприємства.	
Тест до модуля 2			30
Разом за змістовим модулем 2	7/15		100
Всього за навчальну роботу	$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$		70
Підсумкова атестація (екзамен)			30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	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).
Політика щодо академічної доброчесності:	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.
Політика щодо відвідування:	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