



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Рекламний менеджмент»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: 1, семестр: 2
Форма навчання: денна
Кількість кредитів ЄКТС: 4
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Луцій Олександр Павлович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Буряк Руслан Іванович, доктор 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/course/view.php?id=2184>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета та завдання навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань в сфері рекламного менеджменту, з обрання, планування та розробки стратегії і тактики реклами на ринку агропромислової продукції України.

В результаті вивчення дисципліни **магістрант повинен знати** зміст та завдання функціональних підсистем рекламного менеджменту; структуру та елементи забезпечуючих підсистем рекламного менеджменту; процес та елементи взаємодії суб'єктів ринку реклами; принципи та етапи розробки планів реклами, методи попереднього та постконтролю ефективності окремих планових заходів; методи маркетингових досліджень ринку реклами і моніторингу окремих видів та засобів комунікацій; процес реакції та етапи поведінки споживачів щодо рекламних повідомлень; методіку сегментації ринку та позиціонування товару, або торгової марки з урахуванням цілей і задач рекламних кампаній; сутність стратегічних і тактичних рішень фірми у сфері рекламного менеджменту; організацію управління та функції відділів реклами 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 реклами в Україні та за кордоном.

Після вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» магістранти мають здобути переконливої освіченості у фундаментальних можливостях 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 рекламного менеджменту та функції реклами.	2/3	Знати основні поняття та категорії 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 рекламних рішень; формувати ефективні концепції реклами в процесі маркетингової діяльності. Розуміти сутність стратегій рекламного менеджменту фірми..	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
Тема 2. Рекламний ринок та його учасники.	2/2			20
Тема 3. Регулювання рекламної діяльності.	4/4			20
Тема 4. Класифікаційні ознаки реклами.	4/3			15
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1	12/12			100
Модуль 2				
Тема 5. Планування рекламної діяльності	3/3	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 моніторинг рекламних агентств, видів та засобів реклами; розробити план реклами, як одну з складових частин загальної програми маркетингу підприємства.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 6. Організація рекламної діяльності на підприємстві	3/3			10
Тема 7. Організація роботи рекламних агентств.	3/3			10
Тема 8. Підготовка та проведення рекламної кампанії.	3/3			10
Тема 9. Принципи формування рекламного бюджету.	3/3			10
Тема 10. Контроль результатів від реалізації рекламних кампаній.	3/3			20

Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2	18/18			100
Всього за навчальну роботу	$0,7 \cdot (R_{ЗМ 1} + R_{ЗМ 2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$			70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	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).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	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.
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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