



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Основи рекламної діяльності»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр  
Спеціальність: 075 Маркетинг  
Освітньо-професійна програма Маркетинг  
Рік навчання: 4, семестр: 7  
Форма навчання: денна  
Кількість кредитів ЄКТС: 4  
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/course/view.php?id=903>

---

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

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

В результаті вивчення дисципліни **студент повинен знати** зміст та завдання функціональних підсистем комунікацій; структуру та елементи підсистем забезпечення рекламної діяльності; процес та елементи взаємодії суб'єктів ринку реклами; принципи та етапи розробки планів реклами, 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; основи стратегічних і тактичних рішень фірми у сфері менеджменту рекламних проєктів; 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 реклами, та забезпечує захист нововведень в Україні та за кордоном.

Після вивчення дисципліни «Основи рекламної діяльності» студенти мають здобути переконливої освіченості у фундаментальних можливостях креативного і рекламного маркетингу 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
<b>2 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
<b>Тема 1.</b> Сутність, види та цілі реклами	<b>2/2</b>	Знати основні поняття та категорії креативного та рекламного маркетингу. 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
<b>Тема 2.</b> Організація та планування рекламної діяльності	<b>2/2</b>			20
<b>Тема 3.</b> Підготовка та проведення рекламної кампанії	<b>2/2</b>			20
<b>Тема 4.</b> Контроль результатів від реалізації рекламних кампаній	<b>2/2</b>			15
<b>Тест до модуля 1</b>				30
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>8/8</b>			100
<b>Модуль 2</b>				
<b>Тема 5.</b> Історичні етапи еволюції реклами	<b>1/1</b>	<b>Студент повинен вміти:</b> 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
<b>Тема 6.</b> Управління творчим процесом	<b>2/2</b>			15
<b>Тема 7.</b> Креативні рішення в рекламі	<b>2/2</b>			15
<b>Тема 8.</b> Взаємозв'язок реклами із медіа носіями	<b>2/2</b>			20

		моніторинг рекламних агенцій, видів та засобів реклами; розробити план реклами, як одну з складових частин загальної програми маркетингу підприємства.	
<b>Тест до модуля 2</b>			<b>30</b>
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>7/7</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><i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i></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><i>Політика щодо академічної доброчесності:</i></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><i>Політика щодо відвідування:</i></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

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