

Силабус навчальної дисципліни
«Рекламний менеджмент»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Рік навчання: 3, Семестр: 5

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

Підсумковий контроль: диференційований залік

Форма проведення занять: лекції, семінарські заняття

Назва курсу	Рекламний менеджмент
Електронна версія курсу	https://moodle.dpu.edu.ua/enrol/index.php?id=3393

Коротка анотація до курсу: Дисципліна «Рекламний менеджмент» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи знань про методи й технології підготовки та організації рекламних кампаній, практичних навичок з визначення потреби в рекламі, створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації

1. Схема дисципліни

№ з/п	Тема
Тема 1	Рекламний менеджмент у системі менеджменту підприємств
Тема 2	Сутність, класифікація та функції рекламного менеджменту
Тема 3	Психологічні основи рекламного менеджменту
Тема 4	Рекламні комунікації
Тема 5	Ринок рекламних послуг
Тема 6	Засоби реклами та інформаційне забезпечення рекламного менеджменту
Тема 7	Розроблення стратегії рекламної кампанії
Тема 8	Планування рекламної діяльності
Тема 9	Визначення бюджету рекламної кампанії
Тема 10	Організація рекламної діяльності
Тема 11	Контроль рекламної діяльності

2. Формат курсу:

Очний

Змішаний

3. Компетентності, які мають бути сформовані у результаті опанування навчальної дисципліни

Після вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні володіти такими компетентностями:

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

Здатність аналізувати та оцінювати теоретичні та практичні проблеми у сфері бізнесу, що стосуються менеджменту об'єктів, використання комунікацій та PR-технологій на регіональному та місцевому рівнях, результатів міжнародних емпіричних досліджень та передової практики.

Здатність самостійно обирати або професійно розробляти та етично застосовувати оптимальні методи чи програми управлінського втручання для розв'язання питань організації

та розвитку бізнесу.

4. Результати навчання:

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні вміти:

Виявляти навички організаційного проектування.

Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

5. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	26
Семінарські заняття / практичні / лабораторні	24
Самостійна робота	97

Технічне й програмне забезпечення /обладнання. У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з викладачем з приводу проведення занять та консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу Internet), доступ до платформи MOODLE, та оргтехніку для комунікації з викладачем та підготовки (друку) рефератів, проектів та інших письмових робіт.

Неформальна освіта: передбачена (оцінюється індивідуальна робота за результатами надання сертифікату обсягом 30 годин (1 кредит ECTS) або більше; оцінюється робота за результатами надання сертифікату за темою семінарського заняття).

6. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (половина балів з максимально можливих). Перескладання модулів відбувається із дозволу дирекції ННІ / Факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та диференційованого заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

7.Рекомендована література

Основна:

1. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. - 88 с.
2. Ковальчук С.В., Бойко Р.В., Корюгін А.В. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2020. 268 с.
3. Рекламний менеджмент : текст лекцій для для здобувачів другого рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / Романчик Т. В. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 139с.

Допоміжна:

1. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікації. Київ: Інтерконтиненталь Україна, 2020. 192 с.
2. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку. Харків : Vivat, 2020. 288 с.
3. Вествуд Джон. Як скласти маркетинговий план. Х.: Фабула. 2020. 176 с.
4. Іванечко Н.Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79-84.
5. Іванов Олексій. Як придумати ідею, якщо ви не Огілві. Х.: Моноліт-Bizz. 2020. 216 с.
6. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. К.: Альпіна Паблішер. 2021. 252 с. 8. Котлер Філіп.

Катарджая Гермаван. Сетьяван Їван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К.: КМ-БУКС. 2019. 224 с.

7. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.

Інформаційні ресурси Інтернет:

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: sostav.ua.
2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>.
3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
4. Верховна рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua/>
5. Електронні книги. URL: <http://www.books.google.com.ua/>
6. Науковий журнал: «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
7. Науковий журнал: «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/archive>
8. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
9. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.
10. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.
11. Офіційний веб-сайт Інтернет-видання про творчість, рекламу і дизайн в Україні «ЕдМі»: <http://www.adme.ua>.
12. <http://www.mediaplanning.com.ua> – сайт Медіапланування.

Міжнародні видання:

1. Bochner J. Blaise Cendrars: discovery and re-creation. Toronto; Buffalo: University of Toronto Press, 1978.
2. Kotler P. Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets, The Free Press, 1999.
3. Duhamel G. Civilisation. Nouvelle édition en 1993.
4. McLuhan M. The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man. N.Y. : The Vanguard Press, 1951.
5. Ogilvy, David (2013). Confessions of an Advertising Man (1988 ed.). London: Southbank Publishing. p. 180.
6. Yang Ch. Variations in the Behavior of Advertising / Ch. Yang // Journal of Marketing. 1964. April. P. 25-30.