



Навчальна дисципліна:

Реклама і рекламна діяльність

Вид навчально-методичного забезпечення:

Силабус курсу

Для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Дні занять та консультацій: за поточним розкладом

Рік навчання: IV

Семестр: VII

Кількість кредитів: 3

Мова викладання: українська

Керівник курсу

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Луцького національного технічного університету

Бойко Ольга Вікторівна

Контактна інформація: o.boyko@lntu.edu.ua

Опис дисципліни

Як навчальна дисципліна, реклама і рекламна діяльність забезпечує формування у студентів – майбутніх фахівців – сучасної системи поглядів та спеціальних знань у сфері реклами і рекламної діяльності, вироблення вмінь і навичок із здійснення рекламних досліджень, створення іміджу і розробки фірмового стилю, розробки та проведення рекламних кампаній з метою підвищення ефективності діяльності підприємств.

По завершенню вивчення дисципліни «Реклама і рекламна діяльність» студенти зможуть:

- проводити рекламне дослідження ринку;
- аналізувати ринкову інформацію;
- розробляти пропозиції щодо розробки та проведення рекламних кампаній;
- формувати ефективну стратегію реклами;
- розробляти рекомендації щодо створення іміджу і розробки фірмового стилю;
- розробляти план та бюджет рекламної діяльності;
- оцінювати ефективність використання окремих засобів реклами;
- прогнозувати результати рекламної кампанії.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і

складається з двох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля № 1 «Теоретичні та прикладні засади реклами і рекламної діяльності»;
- навчального модуля № 2 «Управління в рекламному бізнесі».

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Структура курсу

Години (лек. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
1	2	3	4
2/2	1. Основи реклами і рекламної діяльності	Розуміти значення категорій реклама і рекламна діяльність та їх роль на сучасному етапі. Ознайомитися із класифікацією реклами, процесом та категоріями рекламної діяльності, і законодавчою базою рекламної діяльності в Україні.	Тести, задачі, питання
2/2	2. Психологічні основи рекламної діяльності	Ознайомитися із психологічною структурою рекламної діяльності. Знати основні психологічні принципи рекламної діяльності. Розуміти процес рекламної комунікації, процес сприйняття реклами та вплив чуттєвої реакції на рекламу.	Тести, задачі, питання
2/2	3. Рекламне дослідження ринку	Володіти навиками проведення рекламних досліджень ринку. Знати основні завдання, які необхідно вирішити перед проведенням рекламного дослідження. Вміти чітко визначати цілі рекламного дослідження та вибирати основні методи збору первинної інформації, розробляти програму рекламної діяльності.	Тести, задачі, питання
3/3	4. Організація та структура рекламного процесу	Ознайомитися із організацією рекламної діяльності рекламодавців і рекламних агентств. Знати критерії вибору рекламних агентств. Вміти на практиці організувати власну рекламну діяльність, створювати імідж і розробляти фірмовий стиль, розробляти і проводити рекламну кампанію, створювати ефективне рекламне звернення.	Тести, задачі, питання
2/2	5. Засоби розповсюдження рекламної інформації	Володіти навиками опрацювання плану використання ЗМІ. Ознайомитися із різновидами реклами, їх перевагами та недоліками. Усвідомлювати принципи розробки плану використання ЗМІ. Знати особливості реклами на місці продажу, рекомендації, яких потрібно дотримуватись для ефективного проведення виставки (ярмарку), нові перспективні напрями в рекламі.	Тести, задачі, питання

1	2	3	4
2/2	6. Контроль рекламної діяльності	Ознайомитися із поняттям, цілями та різновидами контролю рекламної діяльності. Володіти навиками на практиці здійснювати контроль ефективності рекламного звернення за допомогою економічних та неекономічних методів, визначати ефективність використання ЗМІ. Вміти приймати рішення про ефективність окремих носіїв реклами.	Тести, задачі, питання
2/2	7. Реклама в зовнішньоекономічній діяльності	Усвідомлювати особливості міжнародного ринку реклами. Знати основні напрями розвитку рекламного бізнесу за кордоном. Вміти використовувати на практиці рекламну модель, що базується на аналізі ринку, і модель, орієнтовану на культуру. Ознайомитися із міжнародно-нормативним регулюванням рекламної діяльності та Міжнародним кодексом рекламної практики.	Тести, задачі, питання

Літературні джерела

1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.
2. Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. ; 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 200 с.
3. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посібник. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
4. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами : монографія. Київ : Знання, 2012. № 3(129). 174 с.
5. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.
6. Мельникович О. М. Рекламний бізнес : менеджмент маркетингу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 358 с.
7. Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. Основи рекламної діяльності : навч. посібник. Дрогобич : Посвіт, 2007. 108 с.
8. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.
9. Ромат Е. В. Реклама в системі маркетинга : учебник для вузов. Київ : Студцентр, 2008. 480 с.

10. Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник ; 2-ге вид., випр. Суми : Університетська книга, 2012. 367 с.
11. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2012. 231 с.
12. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій : стратегії, вітчизняна практика : навч. посіб. Київ : ВД Професіонал, 2009. 320 с.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Всеукраїнська рекламна коаліція : веб-сайт. URL : <http://vrk.org.ua/>.
2. Ресурси в Інтернеті: Маркетинг, Продажі, Реклама : веб-сайт. URL : http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15.
3. Реклама та піар – КРАПКА : веб-сайт. URL : <https://krapka.rv.ua/reklama-ta-piar/>.
4. Глосарій сфери інтернет-реклами ІНАУ : веб-сайт. URL : <https://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy>.
5. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL : <http://uam.in.ua>.
6. Незалежний інформаційний проект про маркетинг «Правильний маркетинг» : веб-сайт. URL : <http://4p.net.ua>.
7. Маркетинг очима світил науки : веб-сайт. URL : <http://bredmarketing.bigmir.net>.
8. Блог експериментального маркетингу : веб-сайт. URL : <http://www.kul-blog.com>.
9. Журнал «M.A.D.E.» : веб-сайт. URL : <http://www.made.com.ua>.

Політика оцінювання

– Політика щодо дедлайнів та перескладання:

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

– Політика щодо академічної доброчесності:

Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв).

– Політика щодо відвідування:

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Поточна успішність за участь у практичних заняттях і самостійна робота студентів за модуль 1 і модуль 2	40
Модуль 1 (теми 1-3) – модульна контрольна робота	30
Модуль 2 (теми 4-7) – модульна контрольна робота	30
Залік (теми 1-7) – теоретичні питання, тести, практичні завдання	60

Шкала оцінювання студентів:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку	
90 – 100	A	зараховано	Відмінно, повні і глибокі знання
82-89	B		Дуже добре, більше, ніж середнє, але з деякими помилками
74-81	C		Добре, але є достатня кількість помітних помилок
64-73	D		Задовільно, є багато значних помилок
60-63	E		Достатньо, досягнуті мінімальні критерії
35-59	FX	незараховано з можливістю повторного складання	Незадовільно, потрібно додаткова робота
0-34	F	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Неприйнятно, потрібна значна додаткова робота