2. **Мета та завдання навчальної дисципліни**

**«Організація рекламної кампанії»**

**Мета курсу –** формування системи знань про особливості організації роботи рекламної агенції та в опануванні практичних основ, принципів, механізмів, вмінь в галузі діяльності рекламної агенції при створенні рекламної кампанії.

**Завдання курсу**:

* опанування теоретичних засад курсу;
* розкриття змісту основних концепцій, теоретичних принципів і основних понять, які використовуються представниками світової та вітчизняної науки в цій галузі;
* формування уміння оцінювати результативність реклами та використання основних напрямків її розповсюдження;
* сприяння виробленню навичок організації рекламної діяльності, зокрема створення позитивного іміджу та фірмового стилю установи, розробки результативних рекламних текстів тощо.

Студенти повинні ***знати***:

* зміст поняття «рекламна кампанія», «рекламний менеджмент»;
* організаційну структуру та специфіку діяльності рекламних агентств;
* особливості менеджменту рекламодавця;
* головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;
* провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності;
* переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації;
* прийоми створення ефективного рекламного тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ;
* правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі та історію їх укладання.

***уміти:***

* практично використовувати засвоєні теоретичні знання;
* налагоджувати співпрацю, вести ефективну комунікацію із замовником рекламної кампанії;
* планувати, здійснювати підготовку рекламної кампанії;
* розробити рекламну стратегію;
* підготувати форму рекламного брифу;
* оцінювати результати проведеної рекламної кампанії;
* розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів;
* вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності.

Набуті студентами знання та навички з дисципліни будуть необхідні їм при написанні рефератів, курсових, випускних кваліфікаційних (дипломних, магістерських) робіт, у подальшій професійній діяльності.