

**Силабус навчальної дисципліни  
«Рекламний менеджмент»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 1

Семестр: 2

<b>Факультет/Інститут</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	ПІБ: Малярчук Наталія Миколаївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> <a href="mailto:maliarchuk.n@udpu.edu.ua">maliarchuk.n@udpu.edu.ua</a>
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/enrol/index.php?id=7394">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/enrol/index.php?id=7394</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	<b>Денна форма:</b> 4/120 <b>Заочна форма:</b> 4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Метою вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» є формування у майбутніх фахівців системи знань з питань теоретичної розробки та практичного застосування конкретних механізмів управління бізнес-процесами компаній з метою ефективного використання наявного потенціалу та врахуванням фінансових інтересів та полягає у формуванні теоретичних знань та практичних навичок із управління рекламною діяльністю.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Завдання дисципліни «Рекламний менеджмент» - є опанування теоретичних основ управління рекламною діяльністю підприємства та набуття вмінь і навичок аналізу її ефективності.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

<b>Зміст дисципліни</b>	<p>1. Сутність рекламного менеджменту</p> <p>2. Реклама як складова маркетингу</p> <p>3. Правове забезпечення рекламної діяльності в Україні</p> <p>4. Класифікація реклами</p> <p>5. Класифікація споживачів</p> <p>6. Психологічні основи рекламного менеджменту</p> <p>7. Особливості сприймання реклами споживачем</p> <p>8. Загальні відомості сучасної реклами</p> <p>9. Практичний вплив реклами</p>
<b>Обов'язкові завдання</b>	<p>Завданнями дисципліни є:</p> <p>виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).</p>
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Логістичний менеджмент, Маркетинговий менеджмент
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<p>Телетов О.С. Рекламний менеджмент. Суми: Університетська книга, 2023. 366 с.</p> <p>Телетов О.С. Рекламний менеджмент Суми: Університетська книга, 2012. 366 с.</p> <p>Телетов О. С. Рекламний менеджмент Суми : Університетська книга, 2012. 366 с.</p> <p>Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент. К. : Центр учбової літератури, 2017. 391 с.</p> <p>Навчальний посібник з дисципліни « Рекламний менеджмент» Уклад. Гнатюк Т.О. Умань: УДПУ, 2011.117 с.</p> <p>Реклама і рекламна діяльність. Уклад. Мельничук К.С. Умань: УДПУ, 2011. 118 с.</p>
<b>Поточний контроль</b>	<p>Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ.</p> <p>Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.</p>
<b>Підсумковий контроль</b>	<p>Залік.</p> <p>Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>

Розробник



Малярчук Н. М.