

**Силабус навчальної дисципліни
«Рекламний бізнес у сфері послуг»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 3

Семестр: 5

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Гуменюк Алла Валеріївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail:
Лінк на освітній контент дисципліни	
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	Денна форма: 4/120 Заочна форма: 4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), семінарські (30 год.), самостійна робота (60 год.) Заочна форма: лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. 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. Відвідування занять. 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. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. 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.
Що будемо вивчати?	Історію виникнення рекламного бізнесу, законодавство з реклами, типи рекламної діяльності і бізнесу, основні засоби реклами, допоміжні засоби реклами, агентство з реклами, види бізнесу, засоби масової інформації у рекламі, споживач у рекламі, товар у рекламі, рекламне повідомлення, процес виробництва реклами, рекламна кампанія, сучасні рекламні стратегії, дослідження реклами світовий ринок реклами, міжнародна реклама, перспективи розвитку реклами, новітні засоби реклами і бізнесу.
Чому це треба вивчати?	Метою вивчення дисципліни є формування у студентів знань щодо системи рекламного бізнесу у контексті міжнародного досвіду та вітчизняної практики. А саме: надання знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах, що функціонують в умовах розвинених ринкових відносин; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами.
Яких результатів можна досягнути?	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
Зміст дисципліни	Основні класифікаційні ознаки рекламного бізнесу. Реклама і рекламні комунікації. Історія виникнення та розвитку рекламного бізнесу. Типи рекламної діяльності. Основні і допоміжні засоби рекламного бізнесу. Відділ реклами. Товар у рекламі. Перспективи розвитку рекламного бізнесу. Міжнародна реклама.
Обов'язкові завдання	Основним завданням є дати необхідні знання з реклами і бізнесу у практичних навичках планування, здійснення та оцінювання ефективності рекламного бізнесу у сфері послуг, а саме: <ul style="list-style-type: none"> • з'ясувати місце дисципліни у навчальному процесі, розкрити її основну мету та основні категорії; • розкрити сутність реклами і бізнесу, а також особливості рекламної комунікації; • розкрити функції реклами та бізнесу, як соціального інституту; • ознайомитися з основними та допоміжними засобами рекламного бізнесу; • розкрити зміст рекламної діяльності, вивчити основні типи рекламної діяльності; • дослідити роль відділу реклами, агентства з реклами та засобів масової інформації у рекламній діяльності; • вивчити основні принципи виробництва реклами, створення бізнесу у сфері послуг.
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг, маркетингова політика
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. Шелестова А.М. Маркетинг і реклама в Інтернет [Текст]: навч. метод. Посіб/ А.М. Шелестова. Харків : ХДАК, 2014. 51 с. 2. Белікова Ю. Гендерні особливості інтернет реклами / Ю. Белікова / Маркетинг в Україні.–2015. 31с. 3. Шевченко Е. Онлайн-реклама для локальних компаній / Евгений Шевченко // Отельер & Ресторатор. 2015. № 1. С. 30-32. 4. Ромат Є. В. Основи реклами: Навч. посіб. Харків: Студцентр, 2006. 288 с. 5. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2014. 440 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 8 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Підсумковий контроль	Залік.

Розробник



(Гуменюк Алла Валеріївна)