

**Силабус навчальної дисципліни  
«Організація рекламної діяльності»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування  
 Спеціальність: 073 Менеджмент  
 Освітня програма: Менеджмент  
 Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень  
 Курс: 4  
 Семестр: 8

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна</b> <b>Посада:</b> ст. викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. <b>E-mail:</b> harmatiuk.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158">https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента.
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), практичні (20 год.), самостійна робота (80 год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (104 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<p><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.</p> <p><b>Відвідування занять.</b>                  Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його.</p> <p><b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b>                  Здобувачі вищої 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.</p>
<b>Що будемо вивчати?</b>	Методи планування рекламних компаній, визначення творчої стратегії, стратегії використання коштів реклами, контролю за рекламною діяльністю та оцінці її ефективності.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок у галузі управління рекламною діяльністю суб'єкта національної економіки.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних цілей, та оцінювати її ефективність.
<b>Зміст дисципліни</b>	Сутність і сфера рекламного управління. Класифікаційні ознаки реклами. Психологічні аспекти рекламного управління. Маркетингові дослідження рекламного ринку. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу. Планування рекламних кампаній. Управління розробленням рекламної ідеї. Медіапланування. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Розкриття теоретичних основи та набуття практичних навик управління рекламною діяльністю шляхом вивчення сутності рекламного менеджменту, класифікації реклами, психологічних основ рекламного менеджменту, дослідження рекламного ринку, координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу, планування рекламних кампаній, управління розробленням рекламних ідей, медіа планування, управління корпоративною репутацією, оцінювання ефективності рекламної діяльності.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Маркетинг, маркетингові комунікації, паблік рілейншз.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама і рекламна діяльність : навчально-методичний посіб. для студентів денної та заоч. форми навч. спец. 6.030507 "Маркетинг" / МОНмолодьспорту України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини, Економічний ф-т, Каф. економічної теорії та маркетингу ; уклад. К. С. Мельничук ; рец. О. І. Здоровцов, Г. Г. Ніколаєв]. Умань : [УДПУ], 2011. 118 с.</li> <li>2. Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посібник : рек. МОН України як навч. посібник для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., стер. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 200 с.</li> <li>3. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посібник : рек. МОН України як навч. посібник для студ. ВНЗ. Київ : Кондор, 2009. 332 с.</li> <li>4. Джефкінс Ф. Реклама = Advertising : практичний посібник : переклад з 4-го англійського видання. – 2-ге укр. видання, виправлене і допов. Київ : Знання, 2008. 565 с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. 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.

Розробник



Гарматюк Олена Валентинівна