

СИЛАБУС

навчальної дисципліни «РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Спеціальність	МАРКЕТИНГ
Освітня програма	ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова
Курс / семестр вивчення	9 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 32 год. Практичні, семінарські заняття - 16 год. Самостійна робота – 102 год.
Вид індивідуального завдання	реферат
Форма підсумкового контролю	залік
Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування к. 115 kaf-mark@suem.edu.ua
Дні занять	Згідно з розкладом
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком Дистанційні: електронна пошта, групи у Вайбері, Телеграмі
Анотація навчальної дисципліни:	
<p>Навчальна дисципліна спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок із управління поведінкою споживачів через організацію рекламних компаній та заходів. Дисципліна орієнтує на відпрацювання практичних навичок із створення та реалізації маркетингової діяльності у системі просування товару.</p> <p>Опанування цієї дисципліни сприятиме досягненню конструктивного результату при діловій взаємодії та забезпечення розвитку рекламних інструментів реалізації основних принципів маркетингової політики.</p>	
Мета навчальної дисципліни:	дослідження теорії та практики рекламного менеджменту, розумінням його структур і механізмів впливу, отримання базових знань про сучасні методи і принципи рекламування виробів і послуг, опанування прийомів та методів їхнього використовувати під час прийняття найбільш ефективних рішень у сфері реклами.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

	<p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)	<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p>
Очікувані результати навчання:	<p>ОРН 1. визначати потребу в рекламуванні товару;</p> <p>ОРН 2. розробляти стратегічний план рекламної діяльності;</p> <p>ОРН 3. організувати рекламну діяльність підприємства, координувати її з партнерами, рекламними агентствами, засобами масової інформації;</p> <p>ОРН 4. ефективно реалізовувати рекламні послуги</p>
<p align="center">Зміст навчальної дисципліни:</p> <p>Тема 1. СУТНІСТЬ І СФЕРА РЕКЛАМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ</p> <p>Тема 2. РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</p> <p>Тема 3. ОСНОВНІ КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ РЕКЛАМИ</p> <p>Тема 4. ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</p> <p>Тема 5. ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ</p> <p>Тема 6. ПІДГОТОВКА ТА ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ</p> <p>Тема 7. ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТУ</p> <p>Тема 8. КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ</p>	

Рекомендовані джерела:

1. Діброва Т. Г. Д44 Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
2. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с
3. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с.
4. Талер Річард, Санстейн Кас. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / пер. з англ. Ольга Захарченко. Київ: Наш Формат, 2017. 312 с.
5. Талер Річард. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / пер. з англ. Світлана Крикуненко. Київ: Наш Формат, 2018. 464 с.
6. Теорія та історія реклами: навчально-методичний посібник/ Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.

Система оцінювання результатів навчання:

Схема розподілу балів:

Залік	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)
-------	------------------------------	--	---------------------------------

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Залік	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
-------	------------------------------	---	---------------------------------

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Усне опитування;
- 3) Виконання практичних завдань;
- 4) Електронне тестування;
- 5) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 6) Виконання завдань самостійної роботи.

Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порухеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком студента є перегляд новин на Телеграм-каналі.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Рекламний менеджмент».

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й семінарські заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.