



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		бакалавр		Мова викладання	
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр		7		українська	
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»		Статус		вибіркова			
Факультет		Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять (денне/заочне)						
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю	
	4	120	30	-	30	-	60	Залік	

### ВИКЛАДАЧІ

**Контактна інформація для зв'язку з викладачем:** - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;  
- робочий телефон: 062-641-68-85, [menegment2426@gmail.com](mailto:menegment2426@gmail.com), [managment@dgma.donetsk.ua](mailto:managment@dgma.donetsk.ua); **Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом

#### **Бившева Лада Олексіївна,**

[ladabyvsheva@gmail.com](mailto:ladabyvsheva@gmail.com)

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА. Досвід роботи - більше 15 років. Автор понад 40 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 2 монографії з актуальних проблем економіки та управління.

Провідний лектор з дисциплін: «Психологія», «Менеджмент персоналу», «Самоменеджмент», «Психологія управління».



#### **Кондратенко Оксана Олександрівна**

Асистент кафедри менеджменту  
Досвід роботи - більше 15 років.

Автор понад 25 публікацій, із них 20 наукових та 5 навчально-методичного характеру.

Асистент з дисциплін: Менеджмент, Менеджмент персоналу, Стратегічний менеджмент, Адміністративний менеджмент.

Е - mail робітника: [kondr1978@ukr.net](mailto:kondr1978@ukr.net)



## АНОТАЦІЯ КУРСУ

### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Правознавство, Маркетинг, Менеджмент, Маркетингові дослідження, Маркетингова політика комунікацій
Освітні компоненти для яких є базовою	Поведінка споживача

### Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми


Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми

- Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<b>Анотація</b>	Дисципліна «Рекламна діяльність» спрямована на отримання студентами інформації щодо забезпечення будь-яких товарів та послуг рекламними продуктами, розробки рекламних кампаній, а також формування іміджу та репутації виробничих підприємств.
<b>Мета</b>	Сформувати у здобувачів набір базових знань і практичних навичок щодо організації рекламної діяльності на підприємстві, умов, механізмів та інструментів рекламного впливу на споживача у діяльності підприємств (організацій) на національному ринку та за його межами.
<b>Формат та методи навчання</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – екзамен (очний, дистанційний формат)

<p><b>«Правила гри»</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> </ul> <p><b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> <li>• Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.</li> <li>• За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.</li> </ul> <p><b>Політика академічної доброчесності</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</li> </ul>
--	--

### СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ			
Лекція 1	Реклама в системі маркетингу	Практичне заняття 1	Поняття та сутність рекламної діяльності (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
Лекція 2	Основні положення рекламної діяльності	Практичне заняття 2	Середовище рекламної діяльності (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
Лекція 3	Психологія реклами	Практичне заняття 3	Рекламний ринок та його суб'єкти (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань. Захист рефератів).
Лекція 4	Основи розробки та створення рекламних звернень	Практичне заняття 4	Стимулювання збуту рекламної продукції (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань). Тест на вміння вести ділову бесіду
Лекція 5	Основні закони в створенні реклами	Практичне заняття 5	Рекламний продукт та стратегія рекламної діяльності (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань. Захист рефератів)
Лекція 6	Значення вербальних та зорових аспектів у рекламі	Практичне заняття 6, 7	Планування, організація та проведення рекламної компанії (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
Лекція 7, 8	Використання творчих прийомів у радіо та телерекламі	Практичне заняття 8, 9	Креативні технології в рекламі. Мотиви в рекламно-інформаційній продукції
Лекція 9	Рекламодавці та рекламні агентства	Практичне заняття 10	Рекламні та інформаційні війни. (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
Лекція 10	Засоби передачі рекламного звернення	Практичне заняття 11	Технології виробництва зовнішньої реклами. (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
Лекція 11	Особливості використання основних медіаканалів реклами	Практичне заняття 12	Технології виробництва відео- та радіореклами (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)
<b>Самостійна робота</b>			
Вітчизняна реклама: від давнини до початку ХХ століття.			
Український рекламний ринок у першому десятилітті ХХІ ст.			
Специфіка маркетингових комунікацій в нашій країні			
Сучасний рекламний процес: основні учасники, закони та сфери реалізації			
Кодекси рекламної етики різних країн			
Структура і зміст чинного Закону України «Про рекламу».			
Основні класифікації рекламного продукту: традиційні критерії та різновиди.			
Типологія рекламних кампаній.			
Специфіка міжнародних рекламних кампаній.			
Переваги та обмеження різних ЗМІ з точки зору розміщення рекламної інформації.			

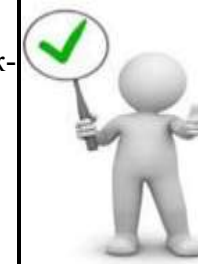
<b>Лекція 12, 13</b>	Організація рекламної кампанії	<b>Практичне заняття 13</b>	Створення мультимедіа презентації (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)	Типи сприйняття реклами споживачем.
<b>Лекція 14</b>	Планування рекламної кампанії .	<b>Практичне заняття 14</b>	Особливості Інтернет реклами (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань)	«Директ-мейл» як вид рекламної діяльності.
<b>Лекція 15</b>	Контроль рекламної діяльності та ефективність реклами	<b>Практичне заняття 15</b>	Оцінка рекламної діяльності (Діалог-пояснення, обговорення підготовлених повідомлень, організація дискусії, розгляд ситуаційних завдань, розв'язання задач)	Перспективні напрямки рекламної діяльності.

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Ноутбук ASPIRE (Intel® Pentium T4500 (2,3 GHz) / RAM 2 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121, маркерна дошка і екран.

**Доступ до матеріалів дистанційного навчання і контролю Moodle** з цього курсу можна знайти за посиланням:

<http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2267>



## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.
2. Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. ; 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 200 с.
3. Голда Н.М. Реклама і рекламна діяльність. Конспект лекцій. Тернопіль – 2018, 173 с.
4. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.
5. Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. Основи рекламної діяльності : навч. посібник. Дрогобич : Посвіт, 2007. 108 с.
6. Рекламний креатив: навчальний посібник / укладачі: Вікарчук: О. І., Калініченко О. О., Ніколаєнко С. М., Пойта І. О. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.

Додаткові джерела

1. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посібник. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
2. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами : монографія. Київ : Знання, 2012. № 3(129). 174 с.
- 3.
4. Мельникович О. М. Рекламний бізнес : менеджмент маркетингу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 358 с.
5. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.
6. Ромат Е. В. Реклама в системі маркетингу : учебник для вузов. Київ : Студцентр, 2008. 480 с.
7. Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник ; 2-ге вид., випр. Суми : Університетська книга, 2012. 367 с.
8. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2012. 231 с.

### Інформаційні ресурси

1. Всеукраїнська рекламна коаліція: веб-сайт. URL : <http://vrk.org.ua/>.
2. Ресурси в Інтернеті: Маркетинг, Продажі, Реклама: веб-сайт. URL : [http://www.management.com.ua/links/links.php?topic\\_id=15](http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15).
3. Реклама та піар – КРАПКА : веб-сайт. URL : <https://krapka.rv.ua/reklamata-piar/>.
4. Глосарій сфери інтернет-реклами ІНАУ : веб-сайт. URL : [https://inau.ua/ proekt/glosariy-sfery-internet-reklamy](https://inau.ua/proekt/glosariy-sfery-internet-reklamy).
5. Українська асоціація маркетингу: веб-сайт. URL : <http://uam.in.ua>.
6. Незалежний інформаційний проект про маркетинг «Правильний маркетинг» : веб-сайт. URL : <http://4p.net.ua>.
7. Маркетинг очима світил науки : веб-сайт. URL : <http://bredmarketing.bigmir.net>.
8. Блог експериментального маркетингу : веб-сайт. URL : <http://www.kul-blog.com>. Журнал «M.A.D.E.» : веб-сайт. URL : <http://www.made.com.ua>.

СИСТЕМА ОЦІНКИ					
Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що виставлені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в процесі вирішення практичних задач підвищує його вміння застосовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні теми, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування на практичних заняттях або тестування за темами	5*2=10	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Виконання індивідуального завдання	20*1=20	75 - 80	C		<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Рішення задач / практичне заняття (участь)	4*10=40	65 - 74	D	<b>задовільно</b>	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Модульна контрольна робота	30*1=30	30 - 54	FX	<b>незадовільно</b>	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
		0 - 29	F		<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Підсумкова атестація	100				

## ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Види навчальної роботи	Розподіл між навчальними тижнями															Сума балів	екзамен
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Методи контролю	ВК ПЗ	ПЗ	ПЗ	Р	УО	ПЗ	ПЗ	ПЗ	КР1	ПЗ	ПЗ	УО	ПЗ	ПЗ	КР2	100	
Всього балів на тиждень	4	4	4	20	5	4	4	4	15	4	4	5	4	4	15		
Модулі.	●								●						●M1		

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; МКР – модульна контрольна робота; К – колоквиум, Р - реферат

### Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

**Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Рекламна діяльність»**

можна знайти за посиланням: <https://forms.gle/pQHtFYQeWYmm6H78>

Результати опитування можна знайти за посиланням <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2267>



Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2023

**Завідувач кафедри:**

 /Фоміченко І.П./

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Декан факультету:**

 /Мироненко Є.В./

«30» серпня 2023 р.

**Розробник:**

 /Бившева Л.О./

**Гарант освітньої програми:**

 /Бурцева О.Є./