**ЗВО «ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

**ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**СИЛАБУС**

**вибіркової навчальної дисципліни Циклу професійної підготовки**

**«Рекламна діяльність підприємства»**

|  |  |
| --- | --- |
| Освітній ступінь | Бакалавр |
| Галузь знань | 07 «Управління та адміністрування» |
| Спеціальність | 075 «Маркетинг» |
| Освітня програма | «Маркетинг» |

**МЕТА ДИСЦИПЛІНИ**

Засвоєння студентами необхідних теоретичних знань і отримання практичних навичок в галузі рекламування з урахуванням специфіки ринків споживчих товарів, товарів промислового призначення та послуг в процесі здійснення комунікаційної політики маркетингу підприємства.

**ПЕРЕЛІК ОЧІКУВАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

1. Уміти розробити та підготовити рекламний текст.
2. Усвідомлено добирати засоби виразності реклами в залежності від типів медіаносіїв і видів контактних аудиторій реклами.
3. Здійснювати планування рекламних кампаній.
4. Формувати бюджет рекламних кампаній і оцінювати їхню ефективність.

**ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

1. Розуміти сутність та значення реклами в процесі здійснення комунікаційної політики маркетингу на підприємстві.
2. Знати різновиди реклами та ступінь їхнього впливу на цільову аудиторію.
3. Знати специфіку створення і психологічний плив рекламного звернення.
4. Знати сутність та значення окремих видів медіаносіїв і медіаканалів.
5. Уміти застосовувати способи здійснення медіапланування.

***Анотація дисципліни.***Реклама в системі маркетингових комунікацій. Характеристика основних засобів реклами. Реклама в пресі. Телевізійна реклама. Реклама на радіо. Зовнішня реклама. Реклама на транспорті. Друкована реклама.

Основні поняття та сутність рекламного менеджменту. Сутність та призначення рекламного менеджменту. Організація рекламного менеджменту. Медіапланування.

Рекламна програма. Розробка рекламної програми. Психологія мотивації у рекламному зверненні. Формування рекламного бюджету.

Реалізація та оцінка рекламної діяльності. Реалізація та оцінка рекламної програми. Методи оцінки ефективності реклами і контроль рекламної діяльності.

Реклама в процесі глобалізації світової економіки. Особливості сучасного етапу розвитку світового ринку реклами. Рекламодавець в умовах глобалізації ринку. Тенденції розвитку рекламного бізнесу. Рекламна комунікація в умовах глобалізації. Глобальна реклама та рекламні кампанії. Вимоги до реклами у міжнародній практиці.

Засоби та особливості рекламування товарів і послуг на міжнародному ринку. Засоби масової інформації у міжнародній рекламі. Особливості розробки міжнародної рекламної кампанії. Види міжнародної реклами. Ефективність рекламного повідомлення.

Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку. Особливості організації міжнародної реклами. Міжнародні сітьові групи. Міжнародні організації у рекламі. Міжнародні рекламні фестивалі. Міжнародна рекламна кампанія.

Контроль рекламної діяльності суб’єкта міжнародного ринку. Історії становлення практики рекламного регулювання. Загальне регламентування рекламної діяльності.

Особливості підходів до створення і організації реклами у різних країнах світу. Реклама у США. Реклама у європейських країнах. Реклама у країнах Азії.

|  |
| --- |
| Тема дисципліни |
| Тема 1. Реклама в системі маркетингових комунікацій |
| Тема 2. Основні поняття та сутність рекламного менеджменту |
| Тема 3. Рекламна програма |
| Тема 4. Реалізація та оцінка рекламної діяльності |
| Тема 5. Реклама в процесі глобалізації світової економіки |
| Тема 6. Засоби та особливості рекламування товарів і послуг на міжнародному ринку |
| Тема 7. Організація рекламної кампанії на зовнішньому ринку |
| Тема 8. Контроль рекламної діяльності суб’єкта міжнародного ринку |
| Тема 9. Особливості підходів до створення і організації реклами у різних країнах світу |

***Загальна характеристика***

***Обсяг***: 7 кредитів (210 год.), з них: 46 год. - лекцій, 30 год. - практичних занять, 15 год. – індивідуальне навчально-дослідне завдання, 119 год. - самостійна робота.

***Мова викладання***: українська

**Система оцінювання роботи здобувачів освіти упродовж семестру**

**(таблиця розписується викладачем і може змінюватись)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид діяльності студента | Максимальна кількість балів за одиницю | Модуль 1 | | | | | Модуль 2 | | |
| кількість одиниць | | максимальна кількість балів | | | кількість одиниць | максимальна кількість балів | |
| І. Обов’язкові | | | | | | | | | |
| 1.1. Відвідування лекцій | 1 | | 7 | | **7** | | 8 | | **8** |
| 1.2. Робота на семінарському і практичному занятті | 1 | | 7 | | **7** | | 8 | | **8** |
| 1.3. Виконання завдань для самостійної роботи | 0,5 | | 7 | | **3.5** | | 8 | | **4** |
| 1.4. Виконання індивідуальних завдань (ІНДЗ) | 0,2 | | 7 | | **1,4** | | 8 | | **1,6** |
| 1.5. Виконання модульної роботи | 5 | | 1 | | 5 | | 1 | | 5 |
| **Разом** |  | |  | | **24** | |  | | **26** |
| Максимальна кількість балів за обов’язкові види роботи: **50** | | | | | | | | | |
| ІІ. Вибіркові (за вибором студента) | | | | | | | | | |
| Виконання завдань для самостійного опрацювання | | | | | | | | | |
| 2.1. Складання ситуаційних завдань із різних тем курсу | 5 |  | | | |  |  |  | |
| 2.2. Огляд літератури з конкретної тематики | 5 |  | | | |  |  |  | |
| 2.3. Складання ділової гри з конкретним прикладним матеріалом з будь-якої теми курсу | 5 |  | | | |  |  |  | |
| 2.4. Підготовка наукової статті з будь-якої теми курсу | 10 |  | | | |  |  |  | |
| 2.5. Участь у науковій студентській конференції | 5 | 1 | | | | 5 |  |  | |
| 2.6. Дослідження українського чи закордонного досвіду | 5 |  | | | |  | 1 | 5 | |
| **Разом** | **10** | - | | | | 5 | - | 5 | |
| Максимальна кількість балів за вибіркові види роботи: **10** | | | | | | | | | |
| Всього балів за теоретичний і практичний курс: **60** | | | | | | | | | |

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

* своєчасність виконання навчальних завдань;
* повний обсяг їх виконання;
* якість виконання навчальних завдань;
* самостійність виконання;
* творчий підхід у виконанні завдань;
* ініціативність у навчальній діяльності.

***Форма підсумкового контролю***: залік

***Навчально-методичне забезпечення***: лекційний матеріал та презентації, завдання до практичних занять, додаткова рекомендована література розміщено в електронному навчальному курсі на сайті Інтернет-підтримки освітнього процесу за посиланням: https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=749

***Рекомендована література***:

***Основна***

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.
2. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. – 2-ге вид., стер. – Київ : Центр учбової літератури, 2018. 200 с. : іл.
3. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.
4. Хмарська І. А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. Вісник Миколаївського національного університету. 2018. Вип. 21. С. 434-441.

***Додаткова***

1. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові комунікації» для бакалаврів усіх спеціальностей, денної та заочної форм навчання./ Укл.: Г.В. Адєєва / – К.: Університет «Україна», 2019. – 95 с.
2. Голда М.Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. / укл. : М.Н. Голда. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.
3. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
4. Сучасні PR технології: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко Бориспіль: Ризографіка, 2018. 260 с.
5. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Боровик Т. В., Чухліб О. С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. № 11.

***Обов’язкове дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»,*** доступного за посиланням: <https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/academic_dobrochesnist/Codex.pdf>.

|  |  |
| --- | --- |
| **Відвідування заняття** | Відвідування лекційних, практичних занять є обов’язковим. |
| **Відпрацювання пропущених занять** | Здобувач освіти, який пропустив практичні заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними у силабусі рекомендованими джерелами, виконує завдання та надсилає результат викладачу. Через відсутність здобувача освіти на практичному занятті без поважних причин оцінка буде знижена. |
| **Допуск до заліку** | Відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, п.3.1.:  Оцінювання знань здобувачів вищої та фахової передвищої освіти із навчальних дисциплін, формою підсумкового контролю яких є екзамен, здійснюється на основі результатів поточного, проміжного і підсумкового контролю знань (екзамену). Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач вищої та фахової передвищої освіти за результатами поточних і проміжних контролів, не може перевищувати 60.  Здобувач вищої та фахової передвищої освіти не допускається до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни, якщо він має заборгованості з лабораторних робіт, комп’ютерного практикуму, семестрових індивідуальних завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із даної навчальної дисципліни. При цьому викладач у заліково-екзаменаційній відомості робить запис «не допущений» («F»). Здобувач вищої та фахової передвищої освіти контрактної форми навчання може бути не допущений до складання екзамену за невиконання умов контракту, про що у відомості деканат робить таку ж позначку - “не допущений”.  Недопуск здобувача вищої або фахової передвищої освіти до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни не може бути причиною недопуску його до семестрового контролю з інших навчальних дисциплін. |
| **Підсумкова модульна оцінка** | Підсумкова модульна оцінка є сумою виконаних завдань за два модулі. Максимальна модульна оцінка може складати 60 балів, якщо здобувач освіти виконав всі вимоги, зазначені у Положенні про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти [https://uu.edu.ua/upload/universitet/ normativni\_documenti/Osnovni\_oficiyni\_doc\_UU/Osvitnya\_d \_t/Polozh\_pro\_metodiku\_provedennya\_controlyu\_ta\_atestacii.pdf](https://uu.edu.ua/upload/universitet/%20normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Osvitnya_d%20_t/Polozh_pro_metodiku_provedennya_controlyu_ta_atestacii.pdf). |
| **Залікова оцінка** | Залікова оцінка є результатом виконання залікового завдання. Максимальна оцінка за залік – 40 балів. |
| **Підсумкова оцінка з дисципліни** | Підсумкова оцінка обчислюється як сума підсумкової модульної та залікової оцінки. |

**Викладачі:**

**Кутліна Ірина Юріївна**, кандидат технічних наук,

професор кафедри управління та адміністрування

**E-mail:** kutlina53@ukr.net

**Тел.:** +380984151343

**Завальнюк Катерина Сергіївна**, кандидат економічних наук,

доцент кафедри управління та адміністрування

E-mail: [zavalnukk@gmail.com](mailto:zavalnukk@gmail.com)

**Тел.:** +38[0961254116](tel:+380961254116)

**Адреса:** вул. Львівська 23, ІІ корп., каб. 408.

Розглянуто та затверджено на кафедрі управління та адміністрування.

Протокол №1 від 27.08.2021 р.

.

Завідувач кафедри

управління та адміністрування \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ростислав ДУБАС

Перевірено:

Начальник методичного відділу \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вікторія БАУЛА