



Силабус навчальної дисципліни
«Рекламний менеджмент суб'єктів креативних індустрій»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 16 год.
	Практичні (семінарські, лабораторні) - 14 год.
	Самостійна робота – 60 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Економіки, підприємництва та маркетингу, ауд.108А https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Хадарцев Олександр Валентинович, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача	alexkhadarcev@ukr.net
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 108А* відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування сучасного розуміння рекламного менеджменту суб'єктів креативних індустрій, вміння та навичок виконання робіт по створенню, розміщенню реклами рекламними агентствами, управління, планування та контролю рекламною діяльністю.	
Результати вивчення навчальної дисципліни – Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; – Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання; – Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку; – Вміти формувати систему маркетингу у суб'єктах галузі креативних індустрій.	
Передумови для навчання Дисципліна вивчається після вивчення дисциплін «Креативна економіка»; «Стратегічний маркетинг»	
Зміст навчальної дисципліни Тема 1. Історія розвитку реклами та рекламної діяльності. Тема 2. Рекламне агентство як суб'єкт креативного бізнесу, організація роботи рекламного агентства. Тема 3. Регулювання рекламної діяльності (споживачі, держава, суспільство). Тема 4. Розробка рекламного звернення, ефективність і креативність впливу на аудиторію. Тема 5. Засоби передачі рекламного звернення, розміщення реклами. Тема 6. Інформаційне забезпечення реклами. Тема 7. Формування рекламного бюджету. Тема 8. Проведення рекламної кампанії. Тема 9. Контроль ефективності рекламної діяльності.	
Сторінка курсу на платформі Moodle	Розміщено: робоча програма дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів. https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=314



Рекомендовані джерела

1. Балабанова Л.В. «Рекламний менеджмент». К.: Центр учбової літератури, 2018. 392 с.
2. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій [Текст]: навч. посібник. Тернополь: Карти-бланш, 2016.-275с.
3. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2016. 200 с.
4. Добрянська В. В. Навчальний посібник з дисципліни «Рекламний менеджмент» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» ОР «магістр». Полтава: ПолтНТУ, 2018. 119с.
5. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент [Текст]: навч. - метод. посібник для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2017. 200 с.
6. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст]: навч. посібник / Тамара Іванівна Лук'янець. -К.: КНЕУ, 2017. 380 с.
7. Павленко А.Ф. Войчак А. В., Приймак Т. О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. К.: КНЕУ, 2016. 408 с.
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз [Текст]: навч. посіб. К.: Т-во «Знання», КОО, 2018. 506 с.
9. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством [Текст]: монографія. К.: ВІРА-Р, 2017. 383с.
10. Телетов О.С. «Рекламний менеджмент». Суми: Університетська освіта, 2018 г. 367с.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	70
Диференційований залік	30

Політики навчальної дисципліни:

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=314>