

Назва дисципліни	Рекламний менеджмент
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	Всі факультети, <b>крім</b> економічного, Каразінської школи бізнесу, освітньої програми «Міжнародний бізнес» факультету МЕВ та ТБ
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	<p>Викладання дисципліни забезпечує <b>кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії.</b></p> <p><b>Викладач:</b> к.е.н., доцент Соболева Марія Володимирівна.</p> <p><b>Контакти:</b> ауд. 3-76, 3-78 (Центральний корпус), 057-707-53-51, Mariya_soboleva@ukr.net</p>
Попередні умови для вивчення дисципліни	Попередніми умовам для вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» здатність студента вчитися та оволодівати сучасними знаннями.
Перелік компетентностей та відповідних результатів навчання, що забезпечує дисципліна	<p><b>Мета дисципліни.</b></p> <p>надання студентам знань про методи й технології підготовки та організації рекламних кампаній: від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації.</p> <p><b>Очікувані результати навчання:</b></p> <p><b>- знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;</li> <li>• особливості та умови існування реклами в різні часи;</li> <li>• основні напрямки сучасної рекламної діяльності – традиційні та новітні;</li> <li>• роль і місце реклами в системі маркетингової діяльності</li> <li>• типологію рекламної продукції та рекламних кампаній;</li> <li>• головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;</li> <li>• провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності;</li> <li>• переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації;</li> <li>• прийоми створення ефективного рекламного</li> </ul>

	<p>тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі та історію їх укладання.</li> </ul> <p><b>вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• практично використовувати засвоєні теоретичні знання;</li> <li>• застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції;</li> <li>• зіставляти рекламні продукти, які репрезентують однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї;</li> <li>• виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;</li> <li>• вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності;</li> <li>• розробляти стратегії рекламних кампаній різних типів;</li> <li>• створювати рекламну продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ.</li> </ul>
Опис	
<p><b>Попередні умови, необхідні для вивчення дисципліни</b></p> <p><b>Максимальна кількість студентів, які можуть одночасно навчатися</b></p> <p><b>Теми аудиторних занять та самостійної роботи</b></p>	<p>Попередніх умов, необхідних для вивчення дисципліни, немає</p> <p><b>75</b></p> <p><b>Теми аудиторних занять та самостійної роботи</b></p> <p><b>Тема 1. Сутність рекламного менеджменту.</b></p> <p><b>Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами.</b></p> <p><b>Тема 3. Механізм дії реклами.</b></p> <p><b>Тема 4. Організація і структура рекламного процесу.</b></p> <p><b>Тема 5. Рекламне дослідження ринку</b></p> <p><b>Тема 6. Психологічні основи рекламного менеджменту.</b></p> <p><b>Тема 7. Планування рекламної діяльності рекламодавця.</b></p> <p><b>Тема 8. Організація роботи рекламодавця.</b></p>

<p><b>Мова викладання</b></p>	<p><b>Тема 9. Позиціонування і визначення цілей реклами.</b></p> <p><b>Тема 10. Корпоративна реклама.</b></p> <p><b>Тема 11. Класична реклама.</b></p> <p><b>Тема 12. Рекламні агентства і планування рекламних кампаній.</b></p> <p><b>Тема 13. Розроблення плану використання ЗМІ.</b></p> <p><b>Тема 14. Медіа-планування.</b></p> <p><b>Тема 15. Планування і контроль результатів рекламної кампанії.</b></p> <p><b>Методи контролю результатів навчання</b></p> <p>дискусія, що передбачає активний диспут між усією групою та викладачем стосовно знаходження відповіді на поставлене питання;</p> <p>підсумковий контроль у вигляді письмового заліку.</p> <p><b>Українська</b></p>
-------------------------------	---