

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Олініченко Катерина Сергіївна



Вища освіта – спеціаліст з маркетингу

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання - доцент

Досвід роботи – більше 5 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка 2 методичних розробок та 12 тематичних публікацій з дисципліни;
- учасниця наукових і методичних конференцій;
- членкіня ГО «Українська асоціація маркетингу», заступник голови Харківського регіонального представництва Індустріального гендерного комітету з реклами.

електронна пошта

olinichenko.katerina@gmail.com

дистанційна підтримка

Google Classroom з дисципліни

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у здобувачів вищої освіти компетентностей, необхідних для професійної діяльності в сфері маркетингу: загальних, які передбачають здатність діяти соціально-відповідально, усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми; спеціальних, які передбачають здатність розробляти та управляти маркетинговою політикою підприємства; формувати ефективні взаємовідносини із контактними аудиторіями (зацікавленими сторонами).
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	Завданнями вивчення дисципліни є: <ul style="list-style-type: none">• вивчення дисципліни й опанування теоретичних основ управління рекламною діяльністю підприємства (1 лекція).• Знати особливості і характеристики рекламного ринку; психологічні засади впливу реклами на споживача (індивідуальне завдання, практичне заняття 1);• Особливості планування та організації рекламної кампанії; процес медіапланування; методи оцінювання ефективності рекламної кампанії (практичне заняття 2 та 3, семінарські заняття);• Визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї, укладати контракти на проведення рекламного дослідження та рекламної кампанії (практичне заняття 4 та 5);• Розробляти стратегічний план рекламної діяльності; ефективно реалізовувати рекламні послуги (практичне заняття 6 та 7);• Захист індивідуального завдання (практичне заняття 8).
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 16 годин лекції, 16 годин семінарсько-практичні; підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Лекція 1.	Сутність і сфера рекламного менеджменту. Правове забезпечення рекламної діяльності в Україні. Класифікація реклами.	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії та експрес-тестування	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання. Розробка плану індивідуального завдання		
		Практичне заняття 1 (ПЗ 1)	Тренінг практичних навичок «Психологічні засади впливу реклами на споживача»				
Лекція 2.	Психологічні основи рекламного менеджменту.	ПЗ 2	Особливості планування та організації рекламної кампанії; процес медіапланування				
Лекція 3	Дослідження рекламного ринку	ПЗ 3	Методи оцінювання ефективності рекламної кампанії				
Лекція 4.	Планування рекламних кампаній		«Створення тексту для PR-матеріалу»				
Лекція 5.	Управління розробленням рекламної ідеї	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії та експрес-тестування			Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання індивідуального завдання
		ПЗ 4	Тренінг практичних навичок «Розробка сучасного неймінгу та слоганів»				
Лекція 6.	Медіапланування	Кейс для дискусії	«Види реклами та вибір креатива»				
Лекція 7.	Управління корпоративною репутацією						
Лекція 8.	Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства	ПЗ 5	Захист індивідуального завдання				

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Огілві Д. Про рекламу. У: Книжковий Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2019.
2. Бугрим В. В. Креатив у рекламі : навч. посіб. з інтерактивом. К.: Київ. ун-т, 2012.
3. Закон України «Про рекламу». - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>

Методичне забезпечення

1. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Реклам-ний менеджмент: Навч. посібник/ Н.Л. Савицька, Г.А. Синицина, К.С. Олініченко – Харків: вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.: іл.
2. Олініченко К.С. Методичні вказівки для підготовки до семінарських та виконання практичних завдань з дисципліни «Рекламний менеджмент» для здобувачів усіх спеціальностей, 2024. – Електронне видання.
3. Олініченко К.С. Методичні вказівки для виконання індивідуального завдання з дисципліни «Рекламний менеджмент» для здобувачів усіх спеціальностей, 2024. – Електронне видання.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від набраних балів протягом навчання
		до 10	індивідуальний проєкт
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 35	відповіді на семінарських заняттях
		до 35	виконання практичної роботи
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проєкт	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проєкту

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.