



**Силабус навчальної дисципліни «Рекламний менеджмент»**  
**Ступінь вищої освіти – бакалавр**  
**Рік навчання: 3, Семестр: 5**  
**Кількість кредитів: 5**  
**Мова викладання: українська**  
**Підсумковий контроль: екзамен**  
**Форма проведення занять: лекції, семінарські заняття**

<b>Назва курсу</b>	Рекламний менеджмент
<b>Викладач:</b>	Канцур Інна Григорівна
<b>Електронна версія курсу:</b>	<a href="https://moodle.dpu.edu.ua/enrol/index.php?id=3393">https://moodle.dpu.edu.ua/enrol/index.php?id=3393</a>

**Коротка анотація до курсу:** Навчальна дисципліна «Рекламний менеджмент» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи знань про методи й технології підготовки та організації рекламних кампаній, практичних навичок з визначення потреби в рекламі, створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації.

### 1. Схема дисципліни

№ з/п	Тема
<b>Тема 1</b>	Рекламний менеджмент у системі менеджменту підприємств
<b>Тема 2</b>	Сутність, класифікація та функції рекламного менеджменту
<b>Тема 3</b>	Психологічні основи рекламного менеджменту
<b>Тема 4</b>	Рекламні комунікації
<b>Тема 5</b>	Ринок рекламних послуг
<b>Тема 6</b>	Засоби реклами та інформаційне забезпечення рекламного менеджменту
<b>Тема 7</b>	Розроблення стратегії рекламної кампанії
<b>Тема 8</b>	Планування рекламної діяльності
<b>Тема 9</b>	Визначення бюджету рекламної кампанії
<b>Тема 10</b>	Організація рекламної діяльності
<b>Тема 11</b>	Контроль рекламної діяльності

### 2. Формат курсу:

Очний

Змішаний

### 3. Компетентності, які мають бути сформовані у результаті опанування навчальної дисципліни:

здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність генерувати нові ідеї (креативність); вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними; здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту; здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; здатність аналізувати та оцінювати теоретичні та практичні проблеми у сфері бізнесу, що стосуються менеджменту об'єктів, використання комунікацій та PR-технологій на регіональному та місцевому рівнях, результатів міжнародних емпіричних досліджень та передової практики; здатність самостійно обирати або професійно розробляти та етично застосовувати оптимальні методи чи програми управлінського втручання для розв'язання питань організації та розвитку бізнесу.

### 4. Результати навчання:

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні вміти: виявляти навички організаційного проектування; застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації; демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

## 5. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	32
Семінарські / практичні / індивідуальні заняття	31
Самостійна робота	87

**6. Технічне й програмне забезпечення /обладнання.** У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з викладачем з приводу проведення занять та консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу Internet), доступ до платформи MOODLE, та оргтехніку для комунікації з викладачем та підготовки (друку) рефератів, проектів та інших письмових робіт.

**Неформальна освіта: передбачена** (оцінюється індивідуальна робота за результатами надання сертифікату обсягом 30 годин (1 кредит ECTS) або більше; оцінюється робота за результатами надання сертифікату за темою семінарського заняття).

### 7. Політика оцінювання

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (половина балів з максимально можливих). Перескладання модулів відбувається із дозволу дирекції ННІ / Факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**Політика щодо академічної доброчесності:** письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзамену заборонено (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

### 8. Рекомендована література

#### **Основна:**

1. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.

2. Ковальчук С.В., Бойко Р.В., Корюгін А.В. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Львів : Новий світ-2000, 2020. 268 с.

3. Рекламний менеджмент : текст лекцій для для здобувачів другого рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / Романчик Т. В. Харків : НТУ «ХП», 2023. 139с.

#### **Допоміжна:**

1. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікації. Київ: Інтерконтиненталь Україна, 2020. 192 с.

2. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку. Харків : Vivat, 2020. 288 с.

3. Вествуд Джон. Як скласти маркетинговий план. Х.: Фабула. 2020. 176 с.

4. Іванечко Н.Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79-84.

5. Іванов Олексій. Як придумати ідею, якщо ви не Огілві. Х.: Моноліт-Bizz. 2020. 216 с.

6. Романюк І.А., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.

#### **Інформаційні ресурси Інтернет:**

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. [URL:sostav.ua](http://sostav.ua).

2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>.

3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.

4. Верховна рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua/>

5. Електронні книги. URL: <http://www.books.google.com.ua/>

6. Науковий журнал: «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketingin-ua/arhive.php>

7. Науковий журнал: «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/archive>
8. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
9. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.
10. Офіційний веб-сайт Інтернет-видання про творчість, рекламу і дизайн в Україні «ЕдМі»: <http://www.adme.ua>.

***Міжнародні видання:***

1. Bochner J. Blaise Cendrars: discovery and re-creation. Toronto; Buffalo: University of Toronto Press, 1978.
2. Kotler P. Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets, The Free Press, 1999.
3. Duhamel G. Civilisation. Nouvelle édition en 1993.
4. McLuhan M. The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man. N.Y. : The Vanguard Press, 1951.
5. Ogilvy, David (2013). Confessions of an Advertising Man (1988 ed.). London: Southbank Publishing. p. 180.
6. Yang Ch. Variations in the Behavior of Advertising / Ch. Yang // Journal of Marketing. 1964. April. P. 25-30.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***