



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС освітнього компонента – ВК 8 ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	вибіркова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	073	Менеджмент
Освітня програма	ОПП «Менеджмент»	
Обсяг дисципліни	2 кредити ECTS (60 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	контрольна робота	
Форми семестрового контролю	залік	



Викладач:

Сакун Ганна Олександрівна, к.ф.н., доцент
доцент кафедри менеджменту і маркетингу
sakun.anna@ogasa.org.ua

В процесі вивчення даної дисципліни у студентів сформується навички та вміння використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування рішень в сфері реклами; використовувати знання щодо організації і проведення досліджень у сфері реклами; розробляти оптимальні за складом та функціональністю засоби мультимедійних компонентів для використання у рекламі та PR; навички розрахунку економічних показників діяльності, у тому числі показників ефективності рекламної діяльності; організації усіх етапів рекламної діяльності; роботи у відділах реклами, комунікаційних та рекламних агенціях.

Передумовами для вивчення дисципліни є набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими дисциплінами: «Психологія», «Соціологія та політологія», «Етика ділового спілкування», «Інформаційні технології», «Економічна теорія», «Маркетинг», «Інфраструктура будівельного ринку».

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Знати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ПРН 2. Зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ПРН 13. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.

ПРН 14. Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації.

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадське свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

Диференційовані результати навчання:

знати:

- понятійний апарат щодо організації рекламної діяльності;
- основні класифікаційні ознаки реклами;
- процес організації рекламної діяльності та можливості його реалізації;
- особливості планування та контролювання рекламної діяльності.
- механізм дії реклами;

володіти:

- навичками проведення рекламного дослідження ринку;
- навичками організації та структурування рекламного процесу;

вміти:

- використовувати в прикладному плані набуті теоретичні знання з організації рекламної діяльності;

- проводити рекламне дослідження ринку;
- організувати рекламний процес;
- оцінювати ефективність рекламної діяльності підприємства.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
Розділ 1.					
1.1	Маркетингова сутність та класифікація реклами	2	2		4
1.2	Механізм дії реклами	2	2		4
1.3	Рекламне дослідження ринку	2	2		4
1.4	Сучасна теорія корпоративної реклами	2	2		4
Розділ 2.					
2.1	Організація та структура рекламної діяльності	2	2		6
2.2	Організація та управління рекламним креативом	2	2		6
2.3	Організація використання засобів мас-медіа	2	2		4
2.4	Ефективність та контроль рекламної діяльності	2	2		4
	Всього	16	16		28

З дисципліни передбачено виконання **контрольної роботи**.

Контрольна робота складається з чотирьох питань. Відповіді на перші три питання передбачають розкриття теоретичних аспектів з організації рекламної діяльності і здійснюється на основі вивчення матеріалів підручників та наукових публікацій. Четверте питання вимагає розв'язання практичного завдання.

Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи [1].

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за навчальною дисципліною «Організація рекламної діяльності» складає 60 балів і може бути досягнений наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
Поточний контроль знань:		60	100
в т.ч.: - контрольна робота		12	20
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях;	кожне заняття	48	80
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях;	1		
- контрольні тестування;	3		
Підсумковий (семестровий) контроль знань – накопичувальний залік			
Разом		60	100

Поточний контроль знань проводиться у формі автоматизованого тестування на освітній платформі Moodle ОДАБА.

Приклади тестів для поточного контролю:

1. Роль рекламної діяльності зводиться до:

А) сприйняття узгодженості дій виробника і споживача та забезпечення нормального функціонування внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;

В) надходження інформації від виробника до споживача з метою його переконання та спонукання до купівлі товару;

С) формування взаємовигідних відносин між органами державної влади та підприємством;

Д) усі відповіді правильні.

2. Під евристичним мисленням при створенні рекламних повідомлень розуміють:

А) визначення кількох головних проблем у загальній проблемі та розроблення заходів щодо акцентування на них уваги цільової аудиторії з допомогою реклами;

В) розроблення рекламної ідеї креативною групою за відсутності будь-якої критики ідей кожного її члена з боку своїх колег;

С) висування ідеї рекламного звернення керівником підприємства;

Д) правильної відповіді немає.

Підсумковим контролем знань є накопичувальний залік.

Інформаційне забезпечення

1. Ажаман І.А. Методичні вказівки до вивчення дисципліни та виконання контрольної роботи з предмету «Організація рекламної діяльності» (для студентів економічного факультету, напрямку підготовки 6.030601 – «Менеджмент» денної форми навчання) - Одеса: ОДАБА, 2012. - 20с.

2. Ажаман І.А. Методичні вказівки з дисц. «Організація рекламної діяльності» до проведення практичних занять та організації самостійної роботи : студ. ОР «Бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 073 «Менеджмент». - Одеса : ОДАБА, 2018

3. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : Навчальний посібник. - К. : Центр учб. літ-ри, 2012. - 612с.

4. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент : Підручник. - К. : ЦУЛ, 2013. - 391с.

5. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : Підручник. - Херсон: "ОЛДІ-ПЛЮС", 2015. - 326с.

6. Годин А.А., Годин А.М., Комаров В.М. Інтернет0-реклама. URL: <https://stud.com.ua/3129/marketing/internet-reklama>

7. Гуревич П.С. Соціологія и психологія реклами. URL: https://stud.com.ua/127409/marketing/sotsiologiya_i_psihologiya_reklami

8. Поляков В.А., Романов А.А. Разработка и технология рекламного продукта.
URL:
https://stud.com.ua/34888/marketing/rozrobka_i_tehnologiyi_virobnitstva_reklamnogo_pr_oduktu
9. Фелотова Л.Н. Реклама: теория и практика. URL:
https://stud.com.ua/154110/marketing/reklama_teoriya_i_praktika
10. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Основы рекламы. URL:
https://stud.com.ua/10208/marketing/osnovi_reklami
11. Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Реклама: теория и практика. URL:
<https://stud.com.ua/51375/marketing/reklama>