



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

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

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	075	Маркетинг
Освітня програма		
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS (90 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	Контрольна робота	
Форми семестрового контролю	Залік	

Викладачі:

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

В процесі вивчення даної дисципліни у студентів сформуються 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»; «Маркетингова політика комунікацій», «Маркетинг», «Інтернет-маркетинг», «Менеджмент».

Програмні результати навчання:

ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

ПРН 22. Виявляти навички до управління маркетинговою діяльністю в розрізі функцій, оперативного та стратегічного рівнів

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;
- організовувати 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		7
1.2	Механізм дії реклами	4	2		7
1.3	Рекламне дослідження ринку	4	2		7
1.4	Сучасна теорія корпоративної реклами	2	2		7
Розділ 2.					
2.1	Організація та структура рекламної діяльності	4	2		7
2.2	Організація та управління рекламним креативом	2	2		7
2.3	Організація використання засобів мас-медіа	4	2		7
2.4	Ефективність та контроль рекламної діяльності	2	2		7
	Всього	24	16		50

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		1	20
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях;		кожне заняття	80
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях;		1	
- тестування;		2	
- реферат;		1	
- участь у конференціях;		1	
- підготовка та видання наукових публікацій (тези, статті);		1	
Підсумковий (семестровий) контроль знань - залік		1	
Разом		60	100

Контрольна робота. З дисципліни передбачено виконання контрольної роботи.

Контрольна робота з курсу 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].

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. Інтернет-реклама. URL: <https://stud.com.ua/3129/marketing/internet-reklama>

7. Гуревич П.С. Социология и психология рекламы. 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_reklamno_go_produktu
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>