

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни
«РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=2215>

Викладач	к.е.н., доц. Арестенко Тетяна Вікторівна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/arestenko-tetyana-viktorivna/
Кількість кредитів	6
Загальна кількість годин	180

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Курс включає дослідження і оцінювання рекламної діяльності підприємств, всі етапи створення рекламного процесу — від появи потреби в рекламному зверненні до його створення, пред'явлення цільовій аудиторії та визначення ефективності, а також психологічні основи рекламного менеджменту.

Метою дисципліни «Рекламний менеджмент» є формування у студентів знань щодо системи рекламного менеджменту у контексті міжнародного досвіду та вітчизняної практики. А саме: надання знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах, що функціонують в умовах розвинених ринкових відносин; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами.

Завдання дисципліни полягає у:

- вивченні загальних принципів побудови системи рекламного менеджменту;
- розробці конкретного механізму управління рекламною діяльністю;
- проведенні досліджень споживачів, товарів та ринку продавців;
- розробленні стратегічних планів рекламної діяльності (визначення цілей та концепції рекламної кампанії, асигнувань на неї, видів та носіїв реклами);
- розробленні стратегічних і тактичних планів проведення рекламної кампанії (визначення завдань,
- розрахунки кошторису витрат на проведення окремих заходів, вибір жанрів та форм рекламного звернення, а також засобів масової інформації для його розміщення);
- створенні рекламного звернення;
- визначенні ефективності використання засобів масової інформації для розміщення рекламного звернення.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність і сфера рекламного менеджменту
2. Класифікація реклами
3. Психологічні основи рекламного менеджменту
4. Дослідження рекламного ринку
5. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу
6. Планування рекламних кампаній
7. Управління розробленням рекламної ідеї
8. Медіапланування
9. Управління корпоративною репутацією
10. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Вибір оптимальних друкованих засобів масової інформації на підставі аналізу цільової аудиторії
2. Визначення рейтингу носія електронних засобів масової інформації
3. Використання мережі Інтернет в рекламі
4. Формування конкурентоспроможного каналу поширення реклами на основі адресного маркетингу
5. Аналіз ефективності зовнішніх і транзитних коштів поширення реклами для конкретних товарів або послуг
6. Формування заходів щодо стимулювання збуту для конкретних товарів або послуг
7. Формування оптимального вибору рекламних закликів
8. Розробка медіа-плану та схеми розміщення рекламного ролика на телевізійному каналі
9. Аналіз цільової аудиторії на основі маркетингових досліджень в процесі рекламної кампанії
10. Розробка та аналіз ефективної маркетингової комунікації

Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.
- ✓ Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.
- ✓ Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- ✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- ✓ Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).
- ✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо

ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проекті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

Перелік рекомендованої літератури

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник . Київ : Центр учбової літератури, 2017. 392 с.
2. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 208с.
3. Діброва Т.Г., Солнцев С.О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підручник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 300 с.
4. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків : вид-во Іванченко, 2015. 169 с.
5. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник. Київ : Університетська книга, 2015. 365 с.