

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Рекламний менеджмент
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач (і)	Якубовська Наталія Василівна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://www.rshu.edu.ua/newhome/121-personalii/2313-yakubovska-nataliia-vasylivna
E-mail викладача:	nataliya.yakubovska@rshu.edu.ua
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: є формування глибоких знань про рекламний менеджмент, що охоплює весь рекламний процес, від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації.

Завданнями навчальної дисципліни є: освоїти сукупність засобів рекламного менеджменту; опанувати принципи дослідження поведінки споживачів; вивчити методи аналізу та прогнозування рекламного ринку.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними

Фахові компетентності:

- СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом

Очікувані результати навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Зміст навчальної дисципліни

- Тема 1. Сутність рекламного менеджменту.
- Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами.
- Тема 3. Механізм дії реклами.
- Тема 4. Психологічні основи рекламного менеджменту.
- Тема 5. Позичування і визначення цілей реклами.

- Тема 6. Рекламне дослідження ринку.
- Тема 7. Організація і структура рекламного процесу.
- Тема 8. Тактика проведення рекламної заходів.
- Тема 9. Контроль результатів рекламних заходів.
- Тема 10. Оцінка ефективності рекламної кампанії.