

РЕКЛАМА І РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: навчити студента чітко орієнтуватись в ринковому середовищі у виборі напрямку діяльності підприємства і виробництва конкурентоспроможної продукції, розкрити основні принципи рекламної діяльності, надати розуміння рекламної діяльності в ринкових умовах.

Основні завдання навчальної дисципліни: є висвітлення теоретико-методологічних та соціально-економічних аспектів реклами; формування у студентів практичних навичок і вмінь щодо управління рекламною діяльністю та регулювання відносин у цій сфері; вивчення основних категорій і термінів, що використовуються в рекламі; оволодіння методами вивчення рекламної справи; здобуття навичок визначати показники ефективності реклами; з'ясування механізму виявлення і використання передового досвіду щодо забезпечення зростання ефективності реклами та прогресивних методів організації реклами у країні та за кордоном.

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності.

фахові:

ФК 1. Здатність використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, методичні прийоми дослідження економічної, маркетингової діяльності, які ефективні для встановлених потреб управління підприємницькою діяльністю.

ФК 2. Здатність прийняття ефективних підприємницьких рішень та розробки рекламної компанії для виходу підприємства на внутрішні та зовнішні ринки.

Програмні результати навчання:

РН 1. Володіти комунікаційними методами та інструментарієм для обґрунтування ефективних рішень щодо просування продукції (товарі, послуг) на внутрішні та зовнішні ринки для позитивного іміджу в економічній, торгівельній, маркетинговій та управлінській діяльності підприємства.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Реклама в системі маркетингу.

Тема 2. Розробка рекламного звернення.

Тема 3. Рекламні дослідження.

Тема 4. Планування рекламної діяльності.

Тема 5. Організація рекламної діяльності.

Тема 6. Контроль та ефективність рекламної діяльності.

Трудомісткість

Загальна кількість годин -120 год.

Кількість кредитів - 4.

Вид підсумкового контролю - залік