

Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств

Заплановані результати навчання:

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

Основні завдання навчальної дисципліни: 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:

КЗ 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

КЗ 9. Здатність бути критичним і самокритичним.

КЗ 11. Здатність приймати обґрунтовані рішення

фахові (спеціальні):

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК 12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

Програмні результати навчання:

ПР. 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПР 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПР 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПР 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПР 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Реклама в системі маркетингу.

Тема 2. Основи розробки 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 4,0

Форма семестрового контролю залік