

Реклама і рекламна діяльність

Заплановані результати навчання:

Мета викладання навчальної дисципліни: навчити спеціаліста 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 вивчення 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:

фахові (спеціальні):

ФК2 Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;

ФК9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур; здатність прийняття ефективних підприємницьких рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках

Програмні результати навчання:

ПРН2 Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в економічній, торговельній, маркетинговій та управлінській діяльності підприємства.

ПРН19 Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

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

Трудовісткість:

Загальна кількість годин 120 год

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю залік