

СИЛАБУС

з дисципліни «Рекламний менеджмент» на отримання ступеню вищої освіти «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 14 годин – лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – Романюк Ірина Анатоліївна к.е.н., старший викладач ЗВО кафедри маркетингу та медіакомунікацій (<http://new.khntusg.com.ua/staff/romanjuk-irina-anatoliivna>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисципліни «Маркетинговий менеджмент».

Постреквізити. Опанування студентами навичок застосування методів та моделей рекламного менеджменту дозволить ефективно використовувати інструменти маркетингу в діяльності організацій.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги).

Структуру та зміст курсу побудовано на основі узагальнення реальної практики управління провідними підприємствами. Опановуючи курс, здобувач вищої освіти має усвідомити сучасну методологію та інструментарій рекламного менеджменту. Фінансове становище багатьох фірм та організацій залежить від ефективності їх рекламної діяльності через те, що результатом маркетингових комунікацій, насамперед ефективної реклами, є збільшення обсягів продажу та (або) отримання додаткового прибутку, набуття прихильності потенційних покупців до товару. Рекламний менеджмент охоплює весь процес – від визначення потреби в рекламі до оцінки ефективності рекламної компанії. Рекламний менеджмент є конкретною методологічною дисципліною, яка ґрунтується на матеріалах інших економічних дисциплін і значною мірою узагальнює здобуті студентами знання.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- особливості і характеристики рекламного ринку;
- методи маркетингових досліджень у рекламі;
- психологічні засади впливу реклами на споживача;
- напрямки організації рекламної діяльності учасників рекламного бізнесу;
- особливості планування та організації рекламної кампанії;
- творчі стратегії розроблення рекламних звернень;
- процес медіапланування;
- методи оцінювання ефективності рекламної кампанії;

вміти:

- визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї, укласти контракти на проведення рекламного дослідження та рекламної кампанії;
- розробляти стратегічний план рекламної діяльності (визначати цілі та концепції рекламної кампанії, необхідні асигнування, види та носії реклами);
- розробляти тактичні плани проведення рекламної кампанії (визначати конкретні завдання, розраховувати кошторис витрат, вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації для її розміщення);
- організувати рекламну діяльність підприємства, координувати її з партнерами, рекламними агентствами, засобами масової інформації;
- ефективно реалізовувати рекламні послуги (реklamний ефір, площини, простір);
- вивчати ефективність проведення рекламної кампанії, розробляти рекомендації щодо її коригування.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни «Рекламний менеджмент» є ознайомлення майбутніх фахівців із світовими та вітчизняними теорією і практикою рекламного менеджменту, розумінням його структур і

механізмів впливу, базовими знаннями про сучасні методи і принципи рекламування виробів і послуг та навчання використовувати їх для прийняття найбільш ефективних рішень в області реклами.

Предметом вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» є процеси, методи та інструментарій управління рекламною діяльністю підприємства.

Основними **завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є надання здобувачам вищої освіти:

- уміння застосовувати на практиці методи і принципи рекламування товарів і послуг;
- уміння планувати рекламну діяльність різних економічних суб'єктів;
- уміння розробляти креативну частину рекламних повідомлень;
- формувати календарні та медіаплатформи рекламних кампаній;
- уміння аналізувати рекламні звернення за різними ознаками;
- уміння володіти навиками вибору засобів передачі рекламного звернення в залежності від специфіки товару, цільової аудиторії, поєднання кольорів;
- уміння аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення.

Компетентність, що забезпечує. Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень і практичних методів управління основною діяльністю організацій та умінь розроблення сучасної концепції реклами, умов, механізмів та інструментів її використання для забезпечення ефективної діяльності підприємств та задоволення потреб споживачів, а також формування здатностей:

- розуміння теоретичних основ рекламного менеджменту;
- застосовувати знання законодавства у сфері рекламної діяльності;
- досліджувати рекламний ринок в цілому та окремі його сегменти зокрема;
- визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї;
- використовувати теоретичний та методичний інструментарій для здійснення стратегічного та тактичного планування рекламної діяльності;
- застосовувати знання щодо створення рекламних звернень для різних засобів поширення;
- формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо підвищення ефективності рекламної діяльності організацій.

Результати навчання. За результатами вивчення курсу здобувачі вищої освіти можуть використовувати фундаментальні закономірності розвитку рекламного ринку в Україні та світі; визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї, укладати контракти на проведення рекламного дослідження та рекламної кампанії; розробляти стратегічні плани рекламної діяльності (визначати цілі та концепції рекламної кампанії, потрібні асигнування на неї, види і носії реклами); розробляти тактичні плани проведення рекламної кампанії (визначати конкретні завдання, розраховувати кошторис витрат, вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації (ЗМІ) для її розміщення); створювати рекламне звернення (визначати принципи рекламування товару, написання текстової частини, розроблення оригінал-макета рекламного звернення, обґрунтовувати потрібний тираж, кількість показу тощо); вивчати ефективність проведення рекламної кампанії, розробляти рекомендації щодо її коригування.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Теоретичні засади рекламного менеджменту»

Лекції:

Тема 1. Сутність рекламного менеджменту. Основні класифікаційні ознаки реклами.

Тема 2. Механізм дії реклами.

Тема 3. Психологічні основи рекламного менеджменту.

Тема 4. Рекламне дослідження ринку.

Практичні заняття:

Тема 1. Реклама як складова маркетингу.

Тема 2. Особливості різних видів реклами.

Тема 3. Психологія та практичний вплив реклами.

Тема 4. Аналіз прийняття рішень про проведення рекламної кампанії.

Змістовий модуль 2. «Практична реалізація рекламного процесу»

Лекції:

- Тема 5. Організація та структура рекламного процесу. Особливості менеджменту рекламодавця.
- Тема 6. Рекламні агентства і планування рекламних кампаній.
- Тема 7. Опрацювання плану використання засобів мас-медіа.
- Тема 8. Планування і контроль результатів рекламної кампанії

Практичні заняття:

- Тема 5. Особливості рекламної діяльності рекламодавця.
- Тема 6. Характеристика сучасних засобів масової інформації.
- Тема 7. Ціноутворення в засобах масової інформації та показники медіа-планування.
- Тема 8. Прогнозування результатів проведення рекламної кампанії.

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: *модуль 1* – 50 % семестрової оцінки; *модуль 2* – 50 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

- Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
- Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
- Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>
- Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
- Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
- Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
- Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>