

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний технологічний університет

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламна діяльність

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Підприємництво у сфері виробництва, торгівлі та послуг

Код та найменування спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління та адміністрування

Ступінь вищої освіти бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою академії

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету

РОЗРОБНИК (розробники): Голубьонкова О.О., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук, доцент

Савченко Т.В., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук, доцент

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «27» червня 2021 р. №17

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Лагодієнко В.В.

(підпис) (прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальності 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, галузь знань 07 Управління та адміністрування

(код та найменування спеціальності)

Голова ради /ПІДПИСАНО/

(підпис)

Мардар М.Р.

(прізвище та ініціали)

Гарант освітньої програми /ПІДПИСАНО/

(підпис)

Соколюк К.Ю.

(прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено Методичною радою академії

Протокол від «30» 06 2021 р. №10

Секретар Методичної ради академії /ПІДПИСАНО/ Мураховський В.Г.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки	5
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС	5
2	Зміст дисципліни:	6
2.1	Програма змістовних модулів	6
2.2	Теми практичних занять	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	6
3	Критерії оцінювання результатів навчання	7
4	Інформаційне забезпечення	8

Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Рекламна діяльність» – показ місця та ролі реклами в системі маркетингу, виховання ставлення до організації реклами як до серйозного складного мистецтва, а також наукового обґрунтування проведення рекламних кампаній і підвищення їхньої ефективності.

Основним завданням вивчення дисципліни «Рекламна діяльність» є навчання студентів відповідним засобам і навичкам рекламного бізнесу за такими напрямками: розробка плану та бюджету рекламної кампанії, знання психологічних основ поведінки споживачів, використання у рекламному бізнесі сучасних засобів обчислювальної техніки та економіко-математичних методів.

Згідно з вимогами освітньої програми в результаті вивчення дисципліни «Рекламна діяльність» студент повинен:

Знати:

- етапи рекламної діяльності,
- методи планування рекламної кампанії,
- методи формування бюджету,
- психологічні мотиви впливу реклами,
- методи оцінки ефективності реклами.

Вміти:

- розробляти план рекламної кампанії,
- обирати доцільний носій реклами,
- створювати рекламне звернення,
- досліджувати рекламний ринок,
- оцінювати ефективність реклами.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Рекламна діяльність» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [стандарті спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність](#) та освітньо-професійних програмах [Підприємництво у сфері виробництва, торгівлі та послуг](#) підготовки бакалаврів.

Загальні компетентності:

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість

ЗК 11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК 6. Знання і розуміння нормативно-правового регулювання у сфері

підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати

ПРН 16. Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці.

1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Вивчається після дисциплін – Основи підприємництва, Маркетинг, Організація торгівлі, Інфраструктура ринку; передуює вивченню дисциплін – Бізнес-планування, Кон'юнктура ринку, Малий та середній бізнес, Мерчандайзинг.

1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	40	20	20
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна -80		Заочна - 104

Форма підсумкового контролю - диференційований залік.

2. Зміст дисципліни

2.1 Програма змістовних модулів

Змістовний модуль 1: Рекламна в комплексі маркетингу.

№ теми	Зміст теми	Денна	Заочна
1.	Реклама як складова комунікаційної політики. Сутність, цілі, завдання. Класифікація реклами. Роль реклами в стратегії маркетингу.	2	1
2.	Історія виникнення і розвитку реклами. Стародавні часи. Західна Європа та США, Японія. Розвиток рекламної справи в Україні	2	1
3.	Психологічні основи реклами. Реклама як метод впливу на поведінку споживачів. Мотивація поведінки споживача. Процес сприйняття реклами.	4	1
4.	Рекламне звернення. Основи розробки та створення рекламних звернень. Стиль та дизайн реклами.	4	1
	Разом	12	4

Змістовний модуль 2: Рекламна діяльність.

№ теми	Зміст теми	Денна	Заочна
5.	Рекламна діяльність на підприємстві. Суб'єкти рекламної діяльності: рекламні агенції, рекламодавці. Дослідження ринку реклами. Планування рекламної діяльності. Оцінка ефективності реклами.	4	2
6.	Реклама в зовнішньоекономічній діяльності. Особливості міжнародного ринку реклами. Норми, закони та правила рекламної діяльності в інших країнах.	2	1
7.	Рекламне законодавство України. Закони, що регулюють рекламну діяльність. Закони, що опосередковано впливають на рекламну діяльність.	2	1
	Разом	8	4

2.2 Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Денна	Заочна
1	Реклама як складова комунікаційної політики	2	1
2	Історія виникнення і розвитку реклами	2	1
3	Психологічні основи реклами	2	1
4	Рекламне звернення	4	1
5	Рекламна діяльність в підприємстві	4	2
6	Реклама в зовнішньоекономічній діяльності	2	1
7	Рекламне законодавство України	4	1
	Разом	20	8

2.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Реклама торговельної марки	10	14
2.	Історична ретроспектива розвитку реклами	10	16
3.	Вимірювання реакції споживачів на рекламу	12	14
4.	Конкретизація рекламної аудиторії	12	16
5.	Особливості сприйняття кольору в рекламі	12	14
6.	Медіа стратегія: схеми охоплення ринку	12	16
7.	Організаційні структури підприємств-рекламодавців	12	14
	Всього	80	104

3 Критерії оцінювання результатів навчання

Нарахування балів за виконання змістових модулів

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	min д/з	max д/з	Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали		Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали	
				min	max		min	max
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. : Рекламна в комплексі маркетингу								
Робота на лекціях	2	3	4	8	12	2	4	6
Робота на практичних заняттях	2	3	4	8	12	2	2	6
Самостійна робота				14	26		24	38
Проміжна сума				30	50		30	50
Модульний контроль у поточному семестрі			1	30	50	1	30	50
Оцінка за змістовий модуль 1				60	100		60	100
Змістовий модуль 2. Рекламна діяльність								
Робота на лекціях	2	3	4	8	12	2	4	6
Робота на практичних заняттях	2	3	4	8	12	2	2	6
Самостійна робота				14	26	2	24	38
Проміжна сума				30	50		30	50
Модульний контроль у поточному семестрі			–	30	50		30	50
Оцінка за змістовий модуль 2				60	100		60	100
Можливість отримання додаткових балів								
Рейтинг за творчі здобутки студентів (у тому числі результатів неформальної освіти)	0	10	–	0	10	–	0	10

4. Інформаційне забезпечення

1. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Конспект лекцій з дисципліни «Рекламна діяльність» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступінь вищої освіти бакалавр, денної та заочної форми навчання/ Укладачі Голубьонкова О.О., Брайко М.Г.- Одеса, ОНАХТ. – 2019. – 71 с.
http://moodle.onaft.edu.ua/pluginfile.php/95782/mod_resource/content/1/Конспект%20лекцій%20Рекламна%20діяльність.pdf
2. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Методичні вказівки для практичних занять з дисципліни „Рекламна діяльність” для студентів спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля і біржова діяльність" ступеня вищої освіти бакалавр денної та заочної форми навчання / Укладачі О.О. Голубьонкова, М.Г. Брайко – Одеса: ОНАХТ, 2019. – 24 с.
http://moodle.onaft.edu.ua/pluginfile.php/89305/mod_resource/content/1/ПР%20Зан%20Рекл%20Діяльн.pdf
3. Лозовська, Г. М. Методичні вказівки до лабораторних занять з курсу "Рекламний менеджмент" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг" СВО "Магістр" ден. та заоч. форм навчання / Г. М. Лозовська, Р. Р. Значек, І. О. Ковалів ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані: 45 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentSearchResult>
4. Лозовська, Г. М. Методичні вказівки до самостійної роботи з курсу "Рекламний менеджмент" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг" СВО "Магістр" ден. та заоч. форм навчання / Г. М. Лозовська, Р. Р. Значек, І. О. Ковалів ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2020. — Електрон. текст. дані: 24 с.
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentSearchResult>
5. Яцюк, Дмитро Васильович Реклама в Інтернеті [Текст] : навч. посіб. / Д. В. Яцюк ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — Київ, 2018. — 296 с
<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentSearchResult>