

ФОРМА опису вибіркової навчальної дисципліни*

Код та назва дисципліни	1-061-2-3_Рекламний менеджмент
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	2
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни) ¹	
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> - теоретичні засади рекламного менеджменту; - передумови проведення рекламної кампанії; - організація рекламної діяльності компанії; - реалізація плану проведення рекламної кампанії.
Чому це цікаво/треба вивчати	Існування та розвиток комерційної або некомерційної організації тісно пов'язані зі здійсненням рекламної діяльності, коли споживачі/покупці/клієнти отримують необхідну інформацію, яку повинні аналізувати і реагувати на раціональному та/або емоційному рівні. Використання набору конкретних інструментів просування може допомогти змінити сприйняття, ставлення, почуття та думки споживачів, а ефективне управління рекламною діяльністю, чітке розуміння всіх етапів процесу проведення рекламної кампанії надає змогу отримати бажаний результат для організації.
Чого можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - застосовувати набуті знання, уміння та навички у практичній діяльності; - розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в теорії та практиці рекламного менеджменту; - розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів; - планувати рекламну діяльність різних суб'єктів ринку; - розробляти систему заходів для створення позитивного іміджу організації (підприємства); - встановлювати цілі реклами, вибирати види реклами, засоби для розміщення рекламних звернень чи іншого рекламного продукту;

	<ul style="list-style-type: none"> - розробляти креативну частину рекламних повідомлень, аналізувати їх за різними ознаками; - формувати календарні та медіаплатформи рекламних кампаній; - визначати бюджет реклами, використовувати різні методи формування бюджету на рекламу; - визначати ефективність рекламних заходів та пропонувати шляхи їх підвищення.
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення; - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі рекламного менеджменту; - здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань, розуміння актуальності використання сучасних рекламних технологій організацією; - проводити самостійні дослідження на належному рівні та інтерпретувати їх результати у сфері сучасного рекламного менеджменту; - розробляти рекламну стратегію підприємства/організації та шляхи її реалізації; - управляти рекламною діяльністю підприємства/організації в умовах ринку, визначати ефективність рекламної діяльності.
Інформаційне забезпечення	
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	лекції, практичні/семінарські заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ²	
Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних та творчих дисциплін)	