

**Опис вибіркової навчальної дисципліни
«Рекламний менеджмент»**

Код та назва дисципліни	1-061-3-05 Рекламний менеджмент
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика, 029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	Реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП	
Рівень ВО	Перший (бакалаврський)
КУРС, семестр	Курс: будь-який, Семестр: будь-який
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Знання з теорії та практики реклами та зв'язків з громадськістю, соціальних комунікацій
Що буде вивчатися	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 будь-якої організації тісно пов'язані зі здійсненням рекламної діяльності, коли споживачі/покупці отримують необхідну інформацію, яку аналізують і реагують на неї на раціональному та/або емоційному рівні. Використання набору конкретних інструментів просування може допомогти змінити сприйняття, ставлення, почуття та думки споживачів, а ефективно управління рекламною діяльністю, чітке розуміння всіх етапів процесу проведення рекламної кампанії надає змогу отримати бажаний результат для організації
Чого можна навчатися (<i>результати навчання</i>)	Планувати рекламну діяльність різних суб'єктів ринку; розробляти систему заходів для створення позитивного іміджу організації; встановлювати цілі реклами, вибирати види реклами, засоби для розміщення рекламних звернень/продукту; розробляти креативну частину рекламних повідомлень, аналізувати їх за різними ознаками; формувати медіаплатформи рекламних кампаній; визначати ефективність рекламних заходів
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (<i>компетентність</i>)	Розуміти актуальність використання організацією сучасних рекламних технологій; 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	Програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій і практичних занять в електронному вигляді, тестові завдання та форми контролю
Види навчальних занять	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр	30
Мінімальна кількість здобувачів (<i>тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності</i>)	

Декан факультету _____ Оксана КИРИЛОВА