

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеська національна академія харчових технологій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламна діяльність

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг; Реклама та зв'язки з громадськістю;
Digital маркетинг

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

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 Одеської національної академії харчових технологій

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

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

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	7
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 075 Маркетинг та освітньо-професійних програмах Маркетинг, Реклама та зв'язки з громадськістю, Digital маркетинг підготовки бакалаврів <http://nmv.onaft.edu.ua/opp/075b-m2020.pdf>.

Загальні компетентності:

- ЗК3 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
 ЗК9 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК5 Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
 СК6 Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
 СК7 Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів

Програмні результати навчання:

- ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення

на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Вивчається після дисциплін – Психологія, Маркетинг, Історія маркетингу і реклами; передуює вивченню дисциплін – Стратегія та планування маркетингу, Маркетингові комунікації.

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 діяльність.

№ 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
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	20	8

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

№	Назва самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	20	30
2.	Підготовка до практичних занять	20	34
3.	Виконання індивідуального завдання	20	20
4.	Підготовка до складання заліку	20	20
Разом з дисципліни		80	104

Індивідуальне науково-дослідне завдання «Рекламна кампанія товару» студенти виконують у вигляді есе.

Структура індивідуального завдання:

1. Характеристика товару (послуги), його унікальні властивості
2. Характеристика цільової аудиторії
3. Характеристика видів реклами, що доцільно застосувати, медіаплан, бюджет
4. Рекламне звернення, макет рекламного повідомлення/сценарій відеоролика тощо
5. Прогноз ефективності рекламної кампанії.

3 Критерії оцінювання результатів навчання Нарахування балів за виконання змістових модулів

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання						
	min д/з	max д/з	денна			заочна			
			Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали		Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали		
2	3	4		5	6		7	8	9
1									
Змістовий модуль 1. Рекламна діяльність									
Робота на лекціях	0,5	1	10	5	10	4	2	4	
Робота на практичних заняттях	1	1,5	10	10	15	4	4	6	
Поточні контрольні роботи	5	8	2	10	16	2	10	16	
Виконання індивідуальних завдань	15	19	1	15	19	1	15	19	
Проміжна сума				40	60		31	45	
Модульний контроль у поточному семестрі			1	20	40	1	29	55	
Оцінка за змістовий модуль 1				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. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 270/96-ВР // www.rada.gov.ua
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – 4-е вид. доп. – К.: Лібра, 2006. – 720 с.
3. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту [Текст] : навч. посіб. – 2-ге вид., стер. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 200 с.
4. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Конспект лекцій з дисципліни «Рекламна діяльність» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» 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
5. Голубьонкова О.О., Брайко М.Г. Методичні вказівки для практичних занять з дисципліни „Рекламна діяльність” для студентів спеціальності 075 "Маркетинг" 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
6. Фонд літератури навчально-методичного кабінету кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ, ауд. А-328.
7. Фонд літератури науково-технічної бібліотеки ОНАХТ, ауд. А-230:
<http://www.library.onaft.edu.ua/>