

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 9 «Рекламний менеджмент»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	073 Менеджмент / Менеджмент
Форма навчання	Денна, заочна
Курс, семестр, протяжність	2 (4 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	Денна: 150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год. Заочна: 150 год., з них: лекц. – 4 год., практ. – 6 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту
Автор ОК	Кандидат економічних наук; доцент кафедри менеджменту Буняк Надія Михайлівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання менеджменту та маркетингу, групової динаміки та комунікації, соціального менеджменту; здатність застосовувати творчий підхід до роботи.
Що буде вивчатися	Теоретичні основи рекламного менеджменту (поняття реклами, основні класифікаційні ознаки реклами, психологічні основи рекламного менеджменту, дослідження рекламного ринку); управління рекламною діяльністю підприємства (координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу, планування рекламних кампаній, управління розробкою рекламної ідеї, управління корпоративною репутацією, визначення бюджету рекламної кампанії, оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства).
Чому це цікаво / треба вивчати	У сучасних умовах успіх функціонування будь-якого підприємства на ринку безпосередньо залежить від ефективності його рекламної діяльності. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває оволодіння майбутніми фахівцями у сфері управління дієвим інструментарієм інформування, переконування, спонукання споживачів зробити покупки, формування лояльності до вітчизняних торговельних марок тощо. Особлива увага приділяється формуванню навиків планування рекламних кампаній, визначення рекламної стратегії та тактики, складання бюджету реклами, контролю за

	рекламною діяльністю та оцінки її ефективності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.</p> <p>ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу</p> <p>ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.</p> <p>СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.</p> <p>СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.</p> <p>СК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p>
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	<ol style="list-style-type: none"> 1. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю: навч. посіб. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88с. 2. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. 3. Теорія та історія реклами : навч.-метод. посіб. / Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.