

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 8 «Реклама в системі маркетингу»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 20 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу Савчук Ярослава Олександрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Реклама в системі маркетингу; класифікація реклами; механізм дії реклами; психологія реклами; рекламне дослідження ринку; сучасна теорія корпоративної реклами; організація та структура рекламного процесу; розробка рекламного звернення ; планування рекламної кампанії; опрацювання плану використання засобів мас-медіа; планування ефективності рекламної кампанії та контролювання її результатів.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент має на меті вивчення місця реклами в системі маркетингових комунікацій, основних підходів до рекламування товару, підприємства і бренду; надати розуміння етапів рекламного дослідження ринку та проведення рекламної кампанії; здійснювати оцінку ефективності реклами та коригування її результатів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в

	<p>системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)</p>	<p>Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Фахові компетентності: ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>