

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра _____ менеджменту _____
(найменування кафедри)

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК«Рекламний менеджмент»

(код і назва навчальної дисципліни)

спеціальність _____ 073 «Менеджмент» _____
(код і найменування спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) «Менеджмент організацій та адміністрування»
(назва освітньої програми (спеціалізації))

факультет _____ економіки та управління _____
(найменування інституту, факультету)

мова навчання _____ державна _____

Затверджено на засіданні кафедри
економічної теорії та підприємництва _____

(найменування кафедри)
Протокол № 1 від 29 .08.2022 р.

м. Запоріжжя 2022 р.

м. Запоріжжя 2022

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	<i>ВК«Рекламний менеджмент» Цикл професійної підготовки</i>
Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень</i>
Викладачі	<i>Панкова А.Ю. к.е.н., доцент, кафедри менеджменту</i>
Контактна інформація викладача	<i>(061) 7698254 кафедра менеджменту Панкова А.Ю.: + 38(068)4471220; e-mail: alla.mir.nauki@gmail.com</i>
Час і місце проведення навчальної дисципліни	<i>згідно до розкладу занять дистанційне навчання - https://moodle.zp.edu.ua/</i>
Обсяг дисципліни	<i>Кількість годин – загальний обсяг 90 годин вид контролю – залік</i>
Консультації	<i>Згідно з графіком консультацій</i>
2. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни	
<i>Пререквізити та постреквізити дисципліни «Рекламний менеджмент» наведено у структурно-логічній схемі</i>	
3. Характеристика навчальної дисципліни	
<p>Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>Фахові компетентності: СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації. СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту, СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації. СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. СК14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. СК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички</p> <p>Очікувані програмні результати навчання: ПР6 Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень ПР8 Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації ПР11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації ПР12 Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації</p>	

4. Мета вивчення навчальної дисципліни												
Метою курсу: формування у студентів глибоких знань про рекламний менеджмент, що охоплює весь рекламний процес: від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту та популяризації його в засобах масової інформації.												
5. Завдання вивчення дисципліни												
Завданням є вивчення відповідних засобів і навичок рекламного бізнесу з таких напрямів, як: розробка стратегічних планів рекламної діяльності; використання наукових методик дослідження ринку покупців, ринку продавців, а також потреб потенційних покупців; знання психологічних основ поведінки покупців; розробка бізнес-плану та бюджету рекламної кампанії; розробка політики “паблік-рілейшнз” і правильний вибір засобів масової інформації для успішного проведення рекламних кампаній												
6. Зміст навчальної дисципліни												
Тема 1. Сутність рекламного менеджменту Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами Тема 3. Рекламне дослідження ринку Тема 4. Планування та організація рекламної діяльності Тема 5. Розробка рекламного звернення Тема 6. Засоби розповсюдження рекламного звернення Тема 7. Рекламні агенції як оператори ринку рекламних послуг Тема 8. Формування рекламного бюджету Тема 9. Контроль рекламної діяльності												
7. План вивчення навчальної дисципліни												
Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1												
Тема 1. Сутність рекламного менеджменту	11	2	2			7		0,5				11
Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами	12	2	2			8		0,5	0,5			10
Тема 3. Рекламне дослідження ринку	13	2	2			9		0,5	0,5			10
Тема 4. Планування та організація рекламної діяльності	11	2	2			7		0,5				11
Разом за змістовим модулем 1	47	8	8			31		2	1			42

Змістовий модуль 2											
Тема 5. Розробка рекламного звернення	8	1	1			6		0,5	0,5		8
Тема 6. Засоби розповсюдження рекламного звернення	9	2	2			6		0,5			8
Тема 7. Рекламні агенції як оператори ринку рекламних послуг	9	1	1			6		0,5			9
Тема 8. Формування рекламного бюджету	9	1	1			6		0,5			9
Тема 9. Контроль рекламної діяльності	8	1	1			7			0,5		8
Разом за змістовим модулем 2	43	6	6			31		2	1		42
Усього годин	90	14	14			62	90	4	2		84

8. Самостійна робота

Всі завдання самостійної роботи поділяються на обов'язкові та вибіркові. До обов'язкових належать завдання, які студенти мають виконувати обов'язково впродовж вивчення даної дисципліни. Вибіркові включають альтернативні завдання, серед яких студент на власний розсуд обирає конкретні завдання з тим, щоб набрати необхідну кількість балів.

Рівень виконання ІНДЗ	К-ть балів
ІНДЗ виконано відмінно: повно висвітлена тема із сформульованими власними висновками	10
Недостатньо висвітлена тема із нечітко сформульованими власними висновками	5-9
Задовільне виконання ІНДЗ – неповно висвітлено тему без власних висновків студента	3-4
Тема висвітлена без чіткого розуміння суті дослідження	1-2

9. Система та критерії оцінювання курсу

Контрольні заходи – поточний контроль, рубіжний контроль, підсумковий контроль.
За видами контролю – тестування, залік, виконання самостійної роботи
Поточний контроль здійснюється в двох формах:
- контроль систематичності та активності роботи студентів протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- модульний проміжний контроль.

Розподіл балів, які отримують студенти при поточному оцінюванні знань (залік)

Поточне тестування та самостійна робота						Залік Тест	Сума
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль №2			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	20	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

10. Політика курсу

Політика відвідування аудиторних занять (особиста присутність здобувача вищої освіти на заняттях). В умовах впровадження он-лайн-освіти за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, стажування, мобільність, індивідуальний графік, знаходження на карантині.) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій - виходити на онлайн-консультацію.

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації; використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsesu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

