ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Рекламний бізнес»

на 2024-2025 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	II курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну, науковий ступінь і вчене звання, посада

Яловега Наталія Іванівна
к.е.н. доцент,
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-510-78-87
Електронна адреса	alrayne88vega@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://http://www.marketing.puet.edu.ua он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Надання студентам теоретичних знань та практичних навичок щодо створення рекламних звернень і розробки рекламних кампаній з метою забезпечення їх максимальної комунікативної ефективності.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 30 год., самостійна робота 100 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом. Словесні методи (розповідь-пояснення, бесіда, лекція); наочні методи (ілюстрація,демонстрація); практичні методи (навчальна праця, реферати); індуктивні та дедуктивні методи; проблемно-пошуковий метод.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, основ маркетингу, практичної психології, маркетингових досліджень, маркетингового аналізу, копірайтингу, маркетингових комунікацій.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	***Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач***
• демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (Р1); • збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й	• здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3); • здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4); • здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7); • навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК9); • здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК1);

Програмні результати навчання	***Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач***
методичного інструментарію (Р4); • використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (Р7); • демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта (Р11); • виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (Р12); • діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості (Р15); • відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки (Р16); • демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології (Р17).	• здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (СК5); • здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК8); • здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13); • здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	***Види робіт***	***Завдання самостійної роботи у розрізі тем***
Модуль 1. Теоретичні засади створення рекламних продуктів		
Тема 1. Основи рекламної діяльності.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: основні принципи рекламної діяльності; класифікація реклами; роль реклами у суспільстві; законодавчі основи рекламної діяльності.
Тема 2. Рекламне дослідження ринку.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: дослідження кон’юнктури ринку; дослідження поведінки споживачів; аналіз зовнішнього контексту рекламного звернення.
Тема 3. Сучасні комунікативні технології у рекламі.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: соціальна відповідальність при створенні рекламних продуктів; рекламний креатив; комунікативний дизайн реклами.
Тема 4. Психологічні прийоми формування реклами.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: творчі прийоми забезпечення ефективності рекламного звернення; використання кольорової гамми в ілюструванні реклами; забезпечення емоційного фону у рекламі.
Тема 5. Структура та дизайн рекламних текстів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: прийоми функціонально-морфологічних трансформацій; рекламні тексти у рекламних зверненнях; методики обробки результатів оцінки рекламних текстів.
Модуль 2. Організаційні засади рекламного бізнесу		
Тема 6. Організація та	Відвідування занять; захист індивідуального	Виконання індивідуального завдання за

Назва теми	*Види робіт*	*Завдання самостійної роботи у розрізі тем*
структура рекламного процесу.	завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	темами: методи рекламного позиціювання продукції; поняття фірмового стилю; особливості та законодавчі основи створення товарних знаків; франчайзинг у рекламній діяльності.
Тема 7. Рекламні агенції та планування рекламних кампаній.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: види рекламних кампаній; раціональні, емоційні та моральні мотиви у створенні рекламних продуктів; класифікація рекламних текстів; методи пошуку рекламних ідей.
Тема 8. Розробка ключових стратегічних рішень у рекламі.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: фактори, що визначають рекламні стратегії; види рекламних стратегій; SWOT-аналіз рекламних стратегій.
Тема 9. Оцінка ефективності рекламних заходів.	Відвідування занять; захист індивідуального завдання; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; тестування.	Виконання індивідуального завдання за темами: використання засобів масової інформації у рекламному бізнесі; оптимізація вибору засобів масової інформації; визначення ефективності використання засобів масової інформації у рекламній діяльності.

Інформаційні джерела

1. Nijssen, E., Mullick, S. (2023). Entrepreneurial Marketing. In: Liebregts, W., van den Heuvel, WJ., van den Born, A. (eds) Data Science for Entrepreneurship. Classroom Companion: Business. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19554-9_16
2. Saura, J.R., Palacios-Marqués, D. and Barbosa, B. (2023), "A review of digital family businesses: setting marketing strategies, business models and technology applications", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 29 No. 1, pp. 144-165. https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2022-0228
3. Всеукраїнська рекламна коаліція. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.adcoalition.org.ua
4. Григорова, З. (2021). СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНОГО РИНКУ УКРАЇНИ. *Економіка та суспільство*, (24). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-1
5. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: пер. з 4-го англ. вид. / доповнення і редакція Д. Ядіна. – 2-ге укр. вид., випр і доп. – К. : «Знання», 2017. – 565 с.
6. Педченко Є. Вплив соціальної реклами на людей під час війни / Є. Педченко // Південноукраїнські наукові студії : Програма та матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених із міжнародною участю [«Південноукраїнські наукові студії»], (Одеса, 14-15 грудня, 2022 р.) / наук. ред. та уклад. О. Б. Петінова. – Одеса, 2023. – С. 72-74.
7. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.
8. Ромат Е. В. Реклама: Учебник / Е. В. Ромат. – К., Х.: НВФ «Студцентр», 2015. – 480 с.
9. Савицька Н. Л. Рекламний менеджмент: Навч. посіб. / Н. Л. Савицька, Г. А. Синицина. – Х. : Вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.
10. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.
11. Трофименко Д. С. Правове регулювання недобросовісної реклами: вітчизняний та європейський досвід / Д. С. Трофименко // Наука і техніка сьогодні. Серія : Право. - 2023. - № 3 (17). - С. 72-83.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- **Політика оцінювання здобувачів вищої освіти.** Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Положення про організація освітнього процесу https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu-1.pdf
- Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-

content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf.

• Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/por-likvid-akad-zaborgovanosti.pdf

• **Політика щодо відвідування**. Відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.

• **Політика щодо академічної доброчесності.** Студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність»; списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

• В ПУЕТ діють:

• Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

• Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf.

• Положення про запобігання випадків академічного плагіату https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf.

• **Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:**

• Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

• Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf.

• Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) https://puet.edu.ua/neformalna-osvita.

• **Політика вирішення конфліктних ситуацій:**

• Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuaczij-u-puet.pdf.

• Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz_pro-apel_pidscontr.pdf.

• уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi.

• **Політика підтримки учасників освітнього процесу:**

• Психологічна служба: http://puet.edu.ua/psyhologichna-pidtrymka-v-puet.

• Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ http://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet.

• Уповноважений з прав корупції https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi.

• **Безпека освітнього середовища:** Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti.

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	***Максимальна кількість балів***
Модуль 1 (теми 1-5): виконання тестів (10 балів); виконання практичних завдань (10 балів); виконання індивідуальних завдань (4 бали); поточна модульна робота (8 балів)	60
Модуль 2 (теми 6-9): виконання тестів (8 балів); виконання практичних завдань (8 балів); виконання індивідуальних завдань (4 бали); поточна модульна робота (8 балів)	40
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	***Оцінка за шкалою ЄКТС***	***Оцінка за національною шкалою***
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни