



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Рекламний менеджмент

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

**Єременко Олена Миколаївна**

к.е.н., доцент

[yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua](mailto:yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредити ЄКТС  
(150 годин)

**42**

годин контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
28 годин семінарських занять)

**108**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**другий**  
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»;
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Маркетинг», «Паблік рилейшнз», «Поведінка споживача», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації» «Маркетингова товарна політика» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця з маркетингу, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо використання основ рекламного менеджменту, вивчення основних напрямків рекламної діяльності підприємства, техніки здійснення рекламування певного товару; набуття вмінь організації рекламних кампаній та аналізу ефективності витрат на рекламу.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **Модуль 1. Теоретичні основи рекламного менеджменту в умовах ринкової економіки**

**Тема 1.** Сутність, становлення і розвиток рекламного менеджменту

**Тема 2.** Сутність і функції реклами в системі менеджменту

**Тема 3.** Процес рекламної комунікації як метод керування людьми

### **Модуль 2. Методичні основи організації рекламного процесу**

**Тема 4.** Особливості рекламного дослідження ринку

**Тема 5.** Організація та структура рекламного процесу

**Тема 6.** Управління розробленням рекламної ідеї

### **Модуль 3. Процес розробки ефективної рекламної кампанії фірми**

**Тема 7.** Опрацювання плану використання засобів масової інформації

**Тема 8.** Планування рекламної кампанії та контролювання її результатів.

Ефективність рекламних заходів

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу;
- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці



## Донецький державний університет управління

- маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
- розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень;
  - володіти навичками цілісного підходу до аналізу проблем, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації.

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 40 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 21 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 24 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 15 балів

#### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### **Основна література:**

1. Балабанова Л. В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 392 с.
2. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: вид-во Іванченко, 2015. 169 с.
3. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга». 2015. 365 с.
4. Ковальчук С.В., Бойко Р.В., Корюгін А.В. Рекламний менеджмент: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Львів: Новий Світ-2000. 2018. 268 с.

### **Англомовні видання:**

1. Murdoch A. Kreatywność w reklamie. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2004. 247 s.
2. Nierenberg Bogusław. Wybrane problemy badania skuteczności reklamy. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2000. 135 s.
3. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
4. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.
5. William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy. Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach. McGraw-Hill Irwin. 2013. 832 p.

### **Інтернет джерела:**

1. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <http://www.adcoalition.org.ua>.
2. Про рекламу: Закон України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Інтернет видання про ЗМІ в Україні URL: <http://www.telekritika.kiev.ua>.
4. Український журнал «Маркетинг і реклама». URL: <http://www.mr.com.ua>.
5. Перший український Internet-журнал з маркетингу і реклами «MarketingMix» URL: <http://www.MarketingMix.com.ua>.
6. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.