



Приватний вищий навчальний заклад
**ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

АНОТАЦІЯ ДО ВИБІРКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Статус: Дисципліна вільного вибору здобувача

Обсяг дисципліни: 3 кредити ECTS; 90 годин

Пререквізити: «Копірайтинг»; «Маркетинг»

Пореквізити: «Маркетингові комунікації»; «Бренд-менеджмент»

Рекламний менеджмент – процес і прийняті в ході цього процесу рішення, при якому можливо знайти найкращі варіанти вирішення питань, як ефективніше організувати рекламну діяльність підприємства, розробити рекламну кампанію та рекламні повідомлення для товарів. Здобувачі отримають уявлення про загальні принципи побудови системи рекламного менеджменту, механізму управління рекламною діяльністю. В рамках дисципліни приділяється особлива увага плануванню рекламних компаній, визначенню творчої стратегії, стратегії використання коштів реклами, контролю за рекламною діяльністю та оцінці її ефективності.

Навчальна дисципліна покликана сформувати у здобувача погляди й підходи до існуючої практики на рекламному ринку України та вміння сприймати їх системно, в комплексі, усталених теоретичних підходів в рекламній справі. А також формування уявлень про різні способи рекламного впливу і можливості їх реалізації в українських умовах; а також формування умінь управління процесами створення, реалізації рекламної продукції.

Мета та завдання навчальної дисципліни – полягає в освоєнні сучасних знань, теоретичних та практичних основ рекламного менеджменту та формуванні умінь та компетенцій для забезпечення володіння навичками ефективного управління рекламною діяльністю підприємств, розробки рекламних кампаній та розміщення рекламних повідомлень в рамках планування і проведення рекламних кампаній.

Завдання дисципліни:

- надати базові знання щодо основ рекламного менеджменту, значень та розуміння основних процесів в ході реалізації рекламної кампанії;
- вміти застосовувати на практиці методи і принципи рекламування товарів і послуг підприємств;
- ознайомити з основами розробки рекламних та медіастратегій;
- представити можливості використання міждисциплінарних методів в галузі рекламного менеджменту;
- здійснювати вибір рекламно-комунікаційних засобів та заходів, розроблювати рекламні кампанії згідно поставлених завдань та мети;

- розвинути навички дослідницької роботи з медійною інформацією для підготовки аналітичних заключень щодо аудиту рекламних кампаній.

Результати навчання.

Знати:

- сутність, предмет, завдання та основні принципи рекламного менеджменту;
- основні складові та принципи функціонування рекламного ринку, чинники впливу на рекламу;
- знати основні принципи управління рекламною діяльністю підприємства;
- основні методами психологічного впливу реклами на споживача.

вміти:

- розробляти рекламну стратегію та планувати рекламну діяльність різних економічних суб'єктів, формувати календарні та медіаплатформи рекламних кампаній;
- будувати основні підходи та методами розробки та розподілу бюджету рекламної кампанії підприємства;
- розробляти креативну частину рекламних повідомлень;
- розраховувати ефективність рекламних повідомлень, заходів; аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення;
- застосовувати на практиці методи і принципи рекламування товарів і послуг.

Кафедра: менеджменту та онтопсихології

Мова викладання: українська

Форми організації навчального процесу: лекції, семінарські та практичні заняття.

Форма підсумкового контролю: залік