



Приватний вищий навчальний заклад
«ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І ПІДПРИЄМНИЦТВА»
Кафедра менеджменту та онтопсихології

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право (07 Управління та адміністрування)
Спеціальність	D3 Менеджмент (073 Менеджмент)
Освітня програма	Комунікативний менеджмент
Кафедра, що забезпечує викладання	кафедра менеджменту та онтопсихології
1. Загальний опис навчальної дисципліни	
Обсяг дисципліни	90 годин / 3 кредити ЄКТС, у т.ч.: - лекції – 16 годин; - практичні, семінарські заняття – 14 годин; - самостійна робота – 60 годин
Мова викладання	українська
Методи навчання	поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: тематичні, проблемні, оглядові лекції, в тому числі за участю фахівців-практиків; проведення практичних занять, семінарів, презентацій, дискусій; застосування методу кейс-стаді із розв'язанням реальних завдань, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих завдань; робота в малих групах, самостійна та командна робота; проведення ділових ігор, застосування проектного підходу, мозкового штурму, проведення фахових тренінгів; консультації викладачів, участь у науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.
Форма підсумкового контролю	залік загальна підсумкова оцінка = поточний контроль + проміжний (модульний) контроль; максимальна кількість балів: - за всі види поточного та проміжного (модульного) контролів – 100.
2. Місце навчальної дисципліни в освітньо-професійній програмі	
Мета дисципліни	формування у здобувачів знань щодо системи рекламного менеджменту у контексті як міжнародного досвіду, так і вітчизняної практики. А саме: надання знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах, що функціонують в умовах розвинених ринкових відносин; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись

	принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. СК 16. Здатність формувати комунікативний дизайн бізнес-процесів. СК 17. Здатність проєктувати, реалізовувати та оцінювати комунікативні стратегії в цифровому середовищі, використовуючи сучасні інструменти контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
Програмні результати (ПРН)	ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПРН 18. Демонструвати навички формування комунікативного дизайну бізнес-процесів. ПРН 19. Демонструвати навички проєктування, реалізації та оцінювання комунікативних стратегій в цифровому середовищі, з використанням сучасних інструментів контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	<i>Пререквізити:</i> «Маркетинг» <i>Пореквізити:</i> «Контент-менеджмент та PR», «Формування ділового іміджу»

3. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми та модуля	Кількість годин		
	аудиторної роботи		самостійної роботи
	лекції	практичні, семінарські	
Змістовний модуль 1. Сутність, зміст і функції рекламного менеджменту			
Тема 1. Сутність рекламного менеджменту	2	2	8
Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами	2	2	8
Тема 3. Психологічні основи рекламного менеджменту	2	2	8
Тема 4. Планування рекламної діяльності рекламодавця	2	2	8
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
Змістовний модуль 2. Бюджетування і організація діяльності рекламного агентства. Стиль і дизайн реклами			
Тема 5. Формування рекламного бюджету. Оцінка економічної ефективності рекламної кампанії	2	1	8
Тема 6. Організація рекламної діяльності на підприємстві	2	1	8
Тема 7. Управління розробкою рекламної ідеї. Стилiстика рекламних текстiв. Дизайн реклами.	2	1	8
Тема 8. Креативні прийоми формування реклами	2	1	4
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
Разом	16	14	60

4. Контрольні заходи та політика оцінювання

Розподіл балів за видами контролю та роботи	Вид контролю		Максимальна кількість балів
	1. Поточне оцінювання роботи, всього:		80
	- за 1 змістовим модулем		35
	- за 2 змістовим модулем		45
	2. Модульна робота, всього:		20
	- контрольна робота за 1 модулем		10
	- контрольна робота за 2 модулем		10
	Разом		100
Критерії оцінювання результатів навчання	детально представлено у робочій програмі навчальної дисципліни		
Шкала оцінювання	Сума балів	Шкала ЄКТС	Національна шкала
	90 – 100	A	Відмінно
	82 – 89	B	Добре
	74 – 81	C	
	64 – 73	D	Задовільно
	60 – 63	E	
	35 – 59	FX	Незадовільно
	0 – 34	F	
затверджена Положенням про організацію освітнього процесу ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»			
Політика щодо дедайннів та перескладання:	Всі види контрольних заходів мають бути виконані у встановлені викладачем терміни. Здобувач вищої освіти допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо він виконав не менше 60% робіт, які передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.		
Політика щодо академічної доброчесності	Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності. При використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації здобувач повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. Списування та використання мобільних телефонів та гаджетів під час проведення контрольних заходів заборонені. Детальніше у Кодексі академічної доброчесності ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва» та Положенні про академічну доброчесність ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»		
Політика щодо відвідування занять	Відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі, які за поважних обставин не можуть відвідувати заняття за розкладом, повинні узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять впродовж поточного семестру. За поважних причин (хвороба, стажування тощо) або з причин непереборної сили (природні катаклізми, заходи карантинного порядку та інші форс-мажорні обставини) навчання може відбуватися з використанням технологій дистанційного навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»		
5. Рекомендовані джерела та інформаційні ресурси			
Основні джерела	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О.. Рекламний менеджмент : підручник. – ЦУЛ, 2019 р. – с. 392</p> <p>2. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.</p>		

3. Вовчанська О., Іванова Л.// Особливості реклами в системі маркетингових комунікацій, зумовлені пандемією covid-19. *Грааль науки/* - 2021.- С71-75. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.02.2021.011>
4. Грушевська Ю. А. Інтегровані маркетингові комунікації : навчально-методичний посібник для студентів денної форми навчання у галузі знань 06 «Журналістика», спеціальності 061 «Журналістика», освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» / Ю. А. Грушевська. – Одеса : НУ «ОЮА», 2021. – 100 с. Режим доступу : <https://doi.org/10.32837/11300.14941>
5. Діброва, Т.Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика [Електронний ресурс] : підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 300 с.
6. Дергоусова А.О., Сиволовська О.В., Бойко К.Ю. Маркетинг. Конспект лекцій. - Харків: УкрДУЗТ, 2019. – 118 с.
7. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс : навч. посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 100 с.
8. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Дергоусова А.О. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / За ред. О.І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 257 с., рис. 30, табл. 8.
9. Іванечко Н.Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84.
10. Іванов Олексій. Як придумати ідею, якщо ви не Огілві. Х.: Моноліт-Bizz. 2020. – 216 с.
11. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. - 88 с.
12. Карп В. Нейромаркетинг. – К.: Vadex, 2021. – 180 с.
13. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
14. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. - К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. - 537 с. - ISBN 966-8174-35-6
15. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія [під редакцією Н. Карпенко] Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 252 с.
16. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян. – Харків : УкрДУЗТ, 2022. – 228 с.
17. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т

імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.

18.Маркетинг у цифровому середовищі [Текст]: підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. — Суми: СумДУ, 2021. — 259 с.

19.Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Рекламний менеджмент»: для здобувачів спеціальності 073 Менеджмент, галузі знань 07 Управління та адміністрування першого (бакалавр.) рівня вищої освіти освіт. програми: «HR-менеджмент», «Комунікативний менеджмент»: [Електронне видання] / ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»; Уклад. І.Б. Хоменко, Т.В. Співаковська— Київ: ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва», 2024. — 29 с.

20.Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни "Рекламний менеджмент" для (магістрів) / Укл. О. П. Бурліцька.-Тернопіль: ТНТУ, 2019 р. – 46 с.

21.Палига Є.М., Гірняк О.М., Лазановський П.П. Маркетинг : підручник. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с.

22.Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101 с.

23.Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

24.Прищенко С. Дизайн і реклама. Ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). - - К.: Кондор, 2020 р. – 190 с.

25.Прищенко С. Основи рекламного дизайну: підручник. – К.: Кондор, 2019 р. – 258 с.

26.Реклама в ЗМІ : підручник / М. О. Кіца. Київ : Видавництво «Каравела», 2024. — 286 с.

27.Реклама в системі маркетингових комунікацій. Г. Олійник, О. Коваленко, І. Кутліна. – К.: Університет «Укріні», 2021. – 250 с.

28.Реклама та стимулювання збуту. Мельник Ю.. Божкова В. – К.: Центр навчальної літератури, 2021 – 200 с.

29.Рекламний менеджмент: конспект лекцій для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання/ Укладач О.П. Бурліцька. – Тернопіль, ТНТУ імені івана Пулюя, 2021. – 90 с

30.Рекламний менеджмент: Практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів освітнього ступеня магістр, галузі знань 07 – управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми

31.«Промисловий маркетинг» / К. В. Бажеріна; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 440 Кбайт). – Київ :

	<p>КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 57 с.</p> <p>32. 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.</p> <p>33. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. Режим доступу: http://internal.khntusg.com.ua/fulltext/PAZK/UCHEBNIKI/REKLAM_20_20_ME_NEDZHMENT.pdf</p> <p>33. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент: Навч. посібник/ Н.Л. Савицька, Г.А. Синицина, К.С. Олініченко – Харків: вид-во Іванченко, 2019. – 169 с.: іл.</p> <p>34. Доценко С.І., Співаковська Т.В., Дудник О.В. Роль цифрових технологій і контенту у формуванні ефективного сучасного маркетингу. «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА» № 6 / 2025 Всеукраїнський науковий журнал. С. 92 – 96. DOI: https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-6-21 https://apie.org.ua/uk/rol-tcifrovikh-tehnolog%d1%96i-%d1%96-kontentu/</p>
<p>Інформаційні ресурси</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 39, ст. 181. Документ 270/96-вр, чинний, поточна редакція — Редакція від 06.01.2018. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/270/96-%D0%B2%D1%80 2. Закон України «Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради України. 1991, № 30, ст.379. Документ 1023-12, чинний, поточна редакція — Редакція від 10.06.2017. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/1023-12 3. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» // Відомості Верховної Ради України (ВВР 1993, N 1, ст. 1). Документ 2782-12, чинний, поточна редакція — Редакція від 15.06.2017. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2782-12. 4. Закон України «Про інформацію» від 2.10.92 № 270/96-ВР 5. // Відомості Верховної Ради України (ВВР 1992, N 48, ст.650). Документ 2657- 12, чинний, поточна редакція — Редакція від 01.01.2017. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/2657-12 6. Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 21.12.1993 7. № 270/93-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР 1994, N 10, ст. 43). Документ 3759-12, чинний, поточна редакція — Редакція від 06.01.2018. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/main/3759-12
<p>6. Інформація про викладача</p>	

Викладач	СПІВАКОВСЬКА Тетяна Володимирівна	
Науковий ступінь, вчене звання	кандидат економічних наук	
Посада	доцент кафедри менеджменту та онтопсихології	
Контактний телефон		
E-mail	t.spivakovska@ipp.edu.ua	