

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ЦПП 2.2

2. Назва: *Рекламна діяльність*

3. Тип: *обов'язковий*

4. Рівень вищої освіти: *I (бакалаврський)*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *2*

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: *3*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *4,0*

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *ст. викладач Коротун Ольга Петрівна*

9. Результати навчання:

- *створювати творчі рекламні тексти;*
- *обирати носіїв реклами з урахуванням фінансових можливостей організації та цілеспрямованості;*
- *організовувати рекламні акції; оцінити їх ефективність;*
- *застосовувати діючі законодавчі акти у професійній діяльності.*

10. **Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.*

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** *«Управління продажами», «Інфраструктура товарного ринку»;*

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною:** *«Економіка підприємства», «Макроекономіка».*

12. **Зміст курсу:** *Основні поняття рекламної діяльності. Правове регулювання рекламної діяльності. Інформаційне забезпечення реклами. Дослідження в рекламі. Планування рекламної діяльності фірми. Рекламна стратегія та її розвиток. Бюджет реклами. Рекламне агентство. Рекламна кампанія. Контроль рекламної діяльності.*

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Божкова, В.В. Реклама та стимулювання збуту [Текст] : навч. посіб. / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. - 2-ге вид., стереотип. - К. : ЦУЛ, 2010. - 200 с.
2. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
3. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / В. Ф. Іванов, В. В. Бугрим, А. І. Башук, Н. І. Білан ; МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. - Київ : ВПЦ "Київський університет", 2011. – 432 с.
4. Рекламна діяльність: проблеми господарсько-правового забезпечення [Текст] : монографія / Р. В. Ваксман. - Харків : Юрайт, 2014. - 205 с.
5. Ромат Е. Реклама: теория и практика / Е. Ромат, Д. Сендеров. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

*22 год. лекцій, 20 год. практичних робіт, 78 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.*

*Методи: елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.*

15. **Форми та критерії оцінювання:**

*Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.*

*Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** тестовий, в кінці 3 –го семестру.*

*Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.*

16. **Мова викладання:** *українська.*

Завідувач кафедри:

д.е.н., професор М.В.Мальчик

## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. Code: ЦІІІІ 2.2

2. Title: *Advertising activity*

3. Type: *compulsory*;

4. Higher education level: *the first (Bachelor's degree)*

5. Year of study, when the discipline is offered: 2

6. Semester when the discipline is studied: 3

7. Number of established ECTS credits: 4,0;

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: *Senior Lecturer Korotun Olha Petrivna*

9. Results of studies:

- make creative advertisement texts;
- to elect the carriers of advertisement taking into account financial possibilities of organization and purposefulness;
- organize the advertisement shares of stock; estimate their efficiency;
- apply operating legislative acts in professional activity

10. Forms of organizing classes: *training classes, independent work, practical training, control measures*;

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: *"Sales Management", "Market Infrastructure"*.

12. Course contents: *Basic concepts of advertisement activity. Legal adjusting of advertisement activity. Informative providing of advertisement. Research in an advertisement. Planning of advertisement activity of firm. Advertisement strategy and her development. Advertisement budget. Advertising agency. Advertisement campaign. Control of advertisement activity.*

13. Recommended educational editions:

1. Bozhkova, V.V. Advertising and sales promotion [Text]: Textbook / V.V. Bozhkova, Yu. M. Melnyk. - 2nd form, stereotype. - K.: ZUL, 2010. - 200 p.
2. Marketing: Textbook / M.V. Malchik, N.A. Gontarenko, O.V. Popko Z.O. Tolchanov, B.O.Korol, O.V. Martynyuk, S.I. Koval; for community edit Doctor of Economics, Professor. Malchik M.V. - Rivne: NUWEE, 2014 - 444 p.
3. Fundamentals of advertising and public relations: textbook / VF Ivanov, V.V. Bugrim, A.I. Bashuk, N.I. Bilan; Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv National University named Taras Shevchenko. - Kyiv: Kyiv Polytechnic University, 2011. - 432 p.
4. Advertising activity: problems of economic and legal support [Text]: monograph / RV Vaksman. - Kharkiv: Yurayt, 2014. - 205 p.
5. Roman E. Advertising: Theory and Practice / E. Romat, D. Senderov. - St. Petersburg : Peter, 2013. - 512 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

*Lectures – 22 hours, practical classes – 20 hours, independent work – 78 hours. Total – 120 hours.*

*Methods of teaching: problem lecture elements, individual tasks, implementing case method, individual tasks of scientific research, group tasks of scientific research, using multimedia tools.*

15. Forms and assessment criteria:

*The assessment is carried out on a 100-point scale*

*Final control (40 points): **exam** test at the end of the 3-th semester.*

*Current control (60 points) testing, questioning*

16. Language of teaching: *Ukrainian.*

Head of the department:

Doctor of Economic Sciences, professor M. Malchyk