

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: 1101010101  
Національний університет  
економіки та підприємства  
та природокористування

2. Назва: Рекламний креатив.

3. Тип: вибіркова.

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 1-4.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 2-8.

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 3.

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

9. Результати навчання: у результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- *знати*: сутність та базові принципи рекламного креативу, схеми побудови рекламних звернень і розробки рекламних кампаній; особливості управління креативними процесами у рекламі; специфіку застосування сучасних комунікативних технологій у рекламному креативі; характеристику та особливості застосування рекламних стилів, підходів структуралізму у рекламному креативі; критерії лінгвостилістичної та паралінгвальної доцільності втілення творчого задуму у рекламі, особливості розробки слогану; особливості рекламного дизайну, використання зображувальних засобів реклами; специфіку застосування рекламного креативу у візуальній рекламі, телерекламі, радіорекламі та Інтернеті;

- *вміти*: правильно визначати потребу у рекламуванні товару, послуги чи ідеї; створювати та використовувати власні креативні ідеї у розробці теле-, радіореклами, Інтернет-реклами та візуальної реклами; користуватися технологічними прийомами креативу для реалізації конкретних завдань у сфері реклами; здійснювати лінгвостилістичний та паралінгвальний аналіз рекламних звернень та якісно розробляти слоган; оцінювати якість та ефективність реалізації рекламного креативу; створювати і реалізовувати власні креативні рекламні проекти залежно від цілей маркетингу та соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії.

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

11. Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): маркетинг, економіка підприємства, менеджмент.

12. Зміст курсу: Сутність і функції рекламного креативу. Управління креативними процесами в рекламі. Комунікативні технології у рекламному креативі. Стілістика та напрями структуралізму в рекламному креативі. Практичні прийоми побудови рекламних звернень. Дизайн у рекламі. Рекламний креатив у телевізійній та радіорекламі. Креативні прийоми формування реклами.

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Про рекламу: Закон України від 03 липня 1996 р. №270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39.

2. Маркетинг: Навч. посібник / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, 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. Примак Т. О. Рекламний креатив : Навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / Т. О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 168 с.

4. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент: Навч. посібн. / Н. Л. Савицька, Г. А. Синицина, К. С. Олініченко. – Харків: вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання: 16 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90 год. Методи: інтерактивні лекції з використанням мультимедійних засобів та демонстрацією реальних прикладів; впровадження експрес-бесід зі студентами, ділових та рольових ігор; аналіз конкретних ситуацій; індивідуальні та групові науково-дослідні завдання.

15. Форми та критерії оцінювання: Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою. Підсумковий контроль (40 балів): залік письмовий в кінці семестру. Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування, виконання ситуативних завдань.

16. Мова викладання: українська.

Завідувач кафедри маркетингу,  
д.е.н., професор

М. В. Мальчик



## DESCRIPTION OF THE DISCIPLINE

- 1. Code:**
- 2. Title:** Creativity in advertising.
- 3. Type:** selective.
- 4. Level of higher education:** I (Bachelor's).
- 5. Year of the study:** 1-4.
- 6. Semester:** 2-8.
- 7. Number of established ECTS credits:** 3.
- 8. Lecturer name, academic degree and position:** M. Malchyk, Doctor of Economics, Professor, head of the marketing department.
- 9. Results of studies:** After studying the discipline the student should be able to:  
correctly determine the need for product promotion; create and use their own creative ideas in the development of TV, radio advertising, Internet advertising and visual advertising; to use technological techniques of creativity for the implementation of specific tasks in the field of advertising; to carry out linguistic analysis of advertising appeals and to develop a slogan qualitatively; to evaluate the quality and effectiveness of the implementation of advertising creativity; create and implement their own creative advertising projects depending on the goals of marketing and socio-psychological characteristics of the target audience.
- 10. Forms of organizing classes:** learning session, self-study, practical training, control measures.
- 11. Subjects studied simultaneously with the said discipline (if necessary):** Marketing, enterprise economy, management.
- 12. Course content:** The essence and function of advertising creativity. Management of creative processes in advertising. Communicative technologies in advertising creativity. Stylistics and directions of structuralism in advertising creativity. Practical methods of constructing advertising appeals. Design in advertising. Advertising creativity in television and radio advertising. Creative techniques of advertising.
- 13. Recommended literature:**
  1. On Public Procurement: Law of Ukraine dated July 03, 1996 No. №270/96-VR // Information from the Verkhovna Rada of Ukraine. – 1996. – No.39.
  2. Marketing: Tutorial / M. Malchyk, N. Gontarenko, O. Popko, Z. Tolchanova, B. Koval. – Rivne : NUWM, 2014. – 444 p.
  3. Primak T. Creativity in advertising : Tutorial / T. Primak. – K. : KNEU, 2005. – 168 p.
  4. Savitska N., Sinitsina G., Olinichenko K. Advertising Management : Tutorial / N. Savitskaya, G. Sinitsina, K. Olinichenko. – Kharkiv: Ivanchenko, 2015. – 169 p.
- 14. Planned learning activities and teaching methods:** 16 hours of lectures, 14 hours of seminar, 60 hours of independent work. Total – 90 hours. **Methods:** interactive lectures using multimedia and demonstration of real examples, express conversations with students, implementation of business and role-plays; analysis of specific situations; individual and group research tasks.
- 15. Evaluation methods and criteria:** The assessment is carried out on a 100-point scale. Final control (40 points): written test at the end of the semester. Current control (60 points): testing, interviewing, situational tasks.
- 16. Language of teaching:** Ukrainian.

**Head of Department,  
Doctor of Economics, professor**

**M. Malchyk**