

# Силабус (Syllabus)

Назва дисципліни	<b>РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ</b>
	<i>Інформація про викладача</i>
Викладач	<b>ЧАЙКА ОЛЕКСАНДР СЕРГІЙОВИЧ</b> викладач кафедри фінансових, комерційно-технологічних дисциплін та готельно-ресторанного обслуговування сайт – <a href="http://vki.vin.ua/kafedra-marketynhu-ta-pidpryyemnytstva-vinnytskyu-kooperatyvnyu-instytut/">http://vki.vin.ua/kafedra-marketynhu-ta-pidpryyemnytstva-vinnytskyu-kooperatyvnyu-instytut/</a> e-mail: pt4ka121@gmail.com
	<i>Опис навчальної дисципліни</i>
Обсяг	Кредитів - 90/3 Лекцій - 14 годин Практичних - 16 годин Семінарських - 10 годин Самостійна робота студентів – 50 годин
Мова викладання	українська
Семестр / форма підсумкової атестації	6 семестр / залік
Політика академічної доброчесності	<a href="https://drive.google.com/file/d/11WWuPPYioYwWi7QIE1Ctc9YqfLNIEVUN/view">https://drive.google.com/file/d/11WWuPPYioYwWi7QIE1Ctc9YqfLNIEVUN/view</a>
Короткий опис курсу	<b>Курс «Рекламна діяльність»</b> спрямований на формування у студентів теоретичних знань про рекламу та рекламний процес, розуміння та набуття практичних навичок в області організації рекламної діяльності у роботі різних суб'єктів рекламного ринку. <b>Предметом</b> вивчення освітньої компоненти «Рекламна діяльність» є рекламна діяльність: місце реклами в системі маркетингу, планування та організація рекламної діяльності на підприємстві.
Мета та завдання курсу	<b>Метою вивчення навчальної дисципліни</b> є ознайомлення студентів з набором базових знань і практичних навичок щодо організації рекламної діяльності на підприємстві, умов, механізмів та інструментів рекламного впливу на споживача у діяльності підприємств на національному ринку. <b>Відповідно до мети визначаються основні завдання навчальної дисципліни:</b> – сформувати у студентів цілісне бачення щодо: місця реклами в системі маркетингу; видів і носіїв реклами; процесу планування та проведення рекламної компанії; організації рекламної діяльності на підприємстві.
Курс має на меті сформувати та	

розвинути наступні компетентності студентів:  
**Загальні компетентності**  
**Спеціальні компетентності**

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  
 ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.  
 ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.  
 ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел  
 ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.  
 СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

**Програмні результати навчання**

РН 3. Володіти державною та іноземними мовами у професійному середовищі.  
 РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності  
 РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;  
 РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

**Структура дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин										Форми контролю	
	денна форма					Заочна форма						
	усього	у тому числі				усього	у тому числі					
л		п	сем.	інд	с.р.		л	п	сем	с.р.		
Тема 1. Реклама в системі маркетингу.	12	2		2		8						ВОК, СЛ,Д ВОК, СЛ, О, Т ВОК, О, Т, СЛ, ВОК, СЛ,О, Т ВОК,О, СЛ, ДКР ВОК, СЛ, Т
Тема 2. Розробка рекламного звернення	16	2	2	2		10						
Тема 3. Рекламні дослідження	14	2	2	2		8						
Тема 4. Планування рекламної діяльності	12	2	2	2		6						
Тема 5. Організація рекламної діяльності	16	2	8	-		6						
Тема 6. Контроль та ефективність рекламної діяльності	20	4	2	2		12						
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>10</b>		<b>50</b>						
Підсумковий контроль -											<b>залік</b>	

### **Політика дисципліни**

#### **Форми контролю**

- усне та письмове опитування - О;
- дискусія, диспут - Д;
- реферати, есе - Е;
- ведення опорного конспекту – ВОК;
- складання термінологічного словника - СЛ;
- презентації та виступи на наукових заходах – П;
- тестування – Т;
- директорська контрольна робота – ДКР;
- **диференційований залік – ДЗ.**

#### **Базова**

#### **Список рекомендованих джерел**

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Господарський кодекс України. К.: Атіка. 2003. 208 с.
3. Податковий кодекс України. К.:ДП «ІВЦ ДПА України», 2010.336 с.
4. Цивільний кодекс України. К.: Атіка. 2006. 308 с.
5. Закони України (зі змінами та доповненнями):
  - 5.1. «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/ 96- ВР ;
  - 5.2. «Про захист від економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III;
  - 5.3. «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1998 № 236/96-ВР;
  - 5.4. «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII;
  - 5.5. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII;
  - 5.6. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII;
  - 5.7. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від 25.04.2019 № 2704-VIII;
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типових правил розміщення зовнішньої реклами» від 29.12.2003 р. № 2067(зі змінами та доповненнями);
7. Воронько-Невіднича Т.В., Калужна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посібник. Полтава. РВВ ПДАА. 2018 . 230 с.
8. Король Л.В. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Умань : Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини, 2018. 191 с.
9. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент. Київ: центр навчальної літератури, 2017. 392 с.
10. Божкова В. В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 208 с.

#### **Додаткова**

11. Голда Н. М., Поліщук Н. В. Реклама як інструмент маркетингу: монографія. Вінниця: ТОВ «Меркюрі-Поділля», 2018. 132с.
12. Грушевська Ю. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса: Фенікс, 2019. 127 с.
13. Діброва Т.Г., Солнцев С.О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практик

підручник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, «Політехніка», 2018. 300 с.

14. Крепак А. Телевізійна реклама: зважені рейтинги у медіаплануванні / А. Крепак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 1. С. 62–72

15. Клопова, А. Г. Гендерний аспект становлення соціальної реклами в Україні. Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи (2021)

16. Попова О. Ю., Хасан А. А. Метаевристичний підхід як засіб мінімізації ризиків при розробці рекламної кампанії. Економіка. Фінанси. Право. 2018, № 1.

С. 44-48. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr\\_2018\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2018_1_12)

17. Огілві Д. Про рекламу. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.

### **Інформаційні ресурси**

#### *Інтернет джерела:*

18. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>

19. Сайт Верховної ради України : <http://www.rada.gov.ua>

20. Сайт Кабінету міністрів України : <http://www.kmu.gov.ua>

.Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні.  
URL: [sostav.ua](http://sostav.ua).

21. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review.  
URL: <https://mmr.ua>.

22. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.

23. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

24. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.

25. Божкова В. В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 208 с. URL:

[https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/23483/1/Reklama-Vozhkova\\_Melnyk.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/23483/1/Reklama-Vozhkova_Melnyk.pdf);jsessionid=68B0BC9DAE5DFC24832DB1566D650AF4

26. Бутенко Н.В. Основи маркетингу [Електронний ресурс].

URL <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/t3/3.htm>