

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.Код: ВВ2.1.1

2.Назва: **РЕКЛАМНИЙ МАРКЕТИНГ**

3.Тип (обов'язковий / вибірковий): вибірковий

4.Цикл (короткий, перший, другий / третій):

5.Рік навчання, коли пропонується цей компонент: другий

6.Семестр/триместр, коли забезпечується компонент: 3 семестр

7.Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 3

8.Прізвище лектора: доцент Кравченко А.В.

9.Результати навчання:

знання: проблеми становлення й еволюції концепцій рекламного маркетингу у сучасному інформаційному суспільстві; моделі рекламно-маркетингової інформаційної системи; засоби, методи та види Інтернет-реклами;

вміння: аналізувати маркетингове середовище для реалізації послуг у галузі туризму; здійснювати розробку ефективної рекламно-комунікаційної політики туристичного підприємства; здійснювати різні види рекламно-маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі; обґрунтовувати вибір рекламних інструментів стимулювання збуту; приймати рішення щодо поліпшення маркетингової та рекламної діяльності на інформаційному ринку;

компетентності: здатність використовувати рекламні інформаційні і комунікаційні технології з метою пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність володіти рекламними інструментами роботи з покупцями в Інтернет-середовищі; здатність здійснювати творчий пошук напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління рекламно-маркетинговою діяльністю підприємства; здатність здійснювати аналіз та відбирати необхідну рекламну інформацію, зберігати та передавати її; здатність приймати оптимальні рекламно-маркетингові рішення в умовах формування інформаційної економіки.

10.Форми запровадження (аудиторне/ дистанційне навчання...): аудиторне, дистанційне

11.Зміст курсу :

Тема 1. Рекламний маркетинг визначення та сутність. Поняття та завдання рекламного маркетингу. Основні форми проведення рекламного маркетингу. Цілі рекламного маркетингу: стосовно ціни; по відношенню до витрат; по відношенню до обсягу збуту. Методи рекламного маркетингу.

Тема 2. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Реклама як ефективний інструмент маркетингу. Зв'язки рекламних комунікацій зі складовими маркетингу. Процес планування ефективної рекламної комунікації. Рекламні звернення. Тема і девіз реклами. Структура, форма та стиль рекламного звернення. Колір та ілюстрації в рекламі.

Тема 3. Ефективність рекламного впливу. Оцінка ефективності реклами. Вплив реклами на підсвідомість. Реакція організму на рекламу та її вимірювання. Зовнішня реклама. Пряма усна реклама.

Тема 4. Реклама і маркетинг у глобальній мережі. Інтернет - реклама. Банери. Медіа реклама. Реклама на тематичних сайтах. Контекстна реклама. Спам.

Тема 5. Управління ефективністю реклами в туристичному бізнесі. Рекламна кампанія. Аналіз проблеми і вибір методу вирішення завдання на етапах розробки рекламної кампанії. Розроблення рекламної кампанії просування туристичного продукту. Розрахунок рейтингових витрат під час проведення рекламної кампанії в туристичному бізнесі.

Тема 6. Реклама як засіб здійснення маркетингу соціальних послуг. Внутріфірмова реклама. Реклама з метою створення престижу підприємства в суспільстві (Public Relations). Рекламні витрати при розширенні туристичного бренду.

12.Рекомендоване або обов'язкове вивчення й інші навчальні ресурси/засоби:

1. Батра Р. Рекламний менеджмент Пер. с англ. – 5-изд. [Електронний ресурс]/ Р.Батра, Дж.Майерс, Д. Аакер.- Пер. с англ. – 5-изд. – М.; СПб.; К.: Вільямс, 2016. – 784 с. – Режим доступу : <http://mirknig.com/knigi/business/1181450056-reklamnyu-menedzhment.html>
2. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / Т.І. Лук'янець. — 2-ге вид., доп. — К.: КНЕУ, 2017. — 440 с.
3. Миронов Ю.Б. Основи рекламної діяльності : Навчальний посібник [Електронний ресурс]/ Ю.Б. Миронов, Р.М. Крамар. — Дрогобич, 2017. — 102 с. — Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/reklama.htm

13.Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання: лекції, практичні заняття, консультування, робота в науково-дослідній групі, самостійна робота.

14.Форми та критерії оцінювання:

Поточний контроль та оцінювання виконання завдань на практичних заняттях, оцінювання контрольних модульних робіт, виконання творчих індивідуальних завдань.

Підсумковий контроль, залік у III семестрі.

Шкала оцінювання: національна та ECTS. Критерії оцінювання.

Накопичення балів протягом семестру

	<i>Вид діяльності</i>	<i>Кількість балів за дидактичну одиницю</i>	<i>Кількість лекцій, практичних робіт тощо</i>	<i>Загальна кількість балів</i>
	2	3	4	5
	Виконання лабораторних/практичних/семинарських робіт	8	5	40
	Творча робота/реферат/доповідь/презентація	10	4	40
	Модульна контрольна робота	20	1	20
	Результати поточного			100
	<u>Залік</u> /екзамен			100
	Підсумкова оцінка			100

Рівень	Характеристика відповідей студента	
	на питання теоретичного змісту	на питання практичного змісту
Низький	Студент не усвідомлює змісту питання, тому його відповідь не має безпосереднього відношення до поставленого питання. Наявна відсутність умінь міркувати.	Обсяг висвітлених питань менше 50%. У студента відсутня уява, необхідна для висвітлення питань.
Задовільний	Відповіді на питання носять фрагментарний характер, відтворення знань здійснюється на рівні запам'ятовування. Студент поверхово володіє умінь міркувати.	Обсяг висвітлених питань у межах 50-70%. Студент погано володіє засобами відтворення властивостей предметів, явищ, процесів.
Достатній	У відповідях на питання допускаються деякі неточності або помилки непринципового характеру. Студент демонструє розуміння навчального матеріалу і прагне логічно	Обсяг правильно висвітлених питань більше 75%. Відповідь містить окремі неточності і незначні помилки.

	розмірковувати при відповіді.	
Високий	Студент дає повну і розгорнуту відповідь на питання. Його відповідь характеризується логічністю і послідовністю суджень, без включення випадкових і випадання істотних з них.	Обсяг правильно висвітлених питань дорівнює 100%. Кожне висвітлене питання супроводжується ґрунтовним поясненням.

Сума балів за навчальну діяльність	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи, практики	для заліку
90-100	A	високий: відмінно	зараховано
80-89	B	достатній: добре	
70-79	C		
65-69	D	низький: задовільно	
60-64	E		
35-39	FX	незадовільний (з можливістю повторного складання)	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільний (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

15. Мова викладання: українська