



**Відокремлений структурний підрозділ  
«Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького національного  
університету»**

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Основи реклами»**

Спеціальність	D3 Менеджмент
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Освітньо-професійна програма	«Менеджмент комерційної діяльності»
Освітньо-професійний ступінь	<b>Фаховий молодший бакалавр</b>

**1. Загальна інформація про навчальну дисципліну**

Статус дисципліни	Вибіркова дисципліна
Курс початку вивчення дисципліни	II
Обсяг навчальної дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 годин
Мова викладання	Українська
Підсумковий контроль	Залік
Розробник	Брежнева Вікторія Олександрівна – викладач першої кваліфікаційної категорії Контактна інформація: viktoriyabrezhneva@tk.ukr.education

**2. Опис дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни «Основи реклами» є: оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з проблем управління рекламною діяльністю на рівні підприємства, формування у здобувачів вищої освіти розуміння рекламної діяльності за сучасних умов, основних принципів її діяльності.

Дисципліна «Основи реклами» має сформувати у здобувачів освіти практичні навички та вміння щодо управління рекламною діяльністю та регулювання відносин у цій сфері; здобувачі освіти мають здобути навички визначати показники ефективності реклами, а також з'ясувати механізм виявлення і використання провідного досвіду щодо забезпечення зростання ефективності реклами та прогресивних методів організації реклами у країні та закордоном.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні

**знати:**

- Закони України, Укази Президента України, рішення та постанови Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, що спрямовані на визначення основних засад рекламної діяльності та її регулювання, правових відносин, що виникають у процесі створення, розповсюдження, одержання рекламних звернень. чітко уявляти сутність і значення, основні вимоги до реклами;
- організацію рекламної діяльності;
- правове регулювання рекламної діяльності;
- планування рекламної діяльності, розрахунки її ефективності;
- методи розробки рекламних оголошень та текстів;
- організацію рекламної роботи у магазині;

<ul style="list-style-type: none"> <li>– класифікацію рекламних засобів.</li> <li style="padding-left: 20px;"><b>вміти:</b></li> <li>– розробляти план рекламної діяльності;</li> <li>– розраховувати ефективність рекламної діяльності;</li> <li>– складати рекламні оголошення, тексти;</li> <li>– аналізувати ринкові ситуації щодо вживання тих чи інших рекламних засобів;</li> <li>– оформляти вітрини, товарні ярлики, надавати консультацію споживачам.</li> </ul>
<b>3. Зміст навчальної дисципліни</b>
<p>Тема № 1. Предмет, метод і завдання курсу «Основи реклами». Історія виникнення і розвитку реклами.</p> <p>Тема № 2. Соціально-психологічні основи реклами.</p> <p>Тема № 3. Правове регулювання рекламної діяльності.</p> <p>Тема № 4. Класифікація рекламних засобів.</p> <p>Тема № 5. Рекламні засоби і їх застосування.</p> <p>Тема № 6. Основи розробки рекламних оголошень та текстів.</p> <p>Тема № 7. Організація реклами в магазині. Планування рекламної діяльності.</p> <p>Тема № 8. Організація публік рілейшнз на підприємстві.</p> <p>Тема № 9. Організація і управління рекламною діяльністю на ринку товарів та послуг.</p> <p>Тема № 10. Ефективність рекламної діяльності.</p> <p>Тема № 11. Товарні знаки.</p>
<b>4. Очікувані результати навчання навчальної дисципліни</b>
<p>Після успішного вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти зможе: застосовувати інструментарій маркетингу для аналізу ринку, формування попиту, просування товарів і прийняття професійних управлінських рішень у торговельній діяльності.</p>
<b>5. Політика оцінювання</b>
<p>Оцінювання знань студентів з дисципліни «Основи реклами» здійснюється у формі поточного та підсумкового контролів.</p> <p>Поточний контроль – це оцінка роботи студентів за всіма видами практичних і семінарських робіт, яка відображає навчальні досягнення студентів в освоєнні програмного матеріалу дисципліни.</p> <p>Об'єктами поточного контролю є:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) активність і результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни, відвідування занять;</li> <li>2) засвоєння питань для самостійного вивчення;</li> <li>3) виконання семінарських робіт.</li> </ol> <p>Після вивчення навчального матеріалу та виконання робіт передбачено залік, який охоплює весь пройдений матеріал, передбачений навчальною програмою.</p>
<b>6. Рекомендована література та інтернет-ресурси</b>
<p><b>Базова:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.</li> <li>2. Діброва Т. Г. 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.</li> <li>3. Дмитренко В. Основи рекламної діяльності : навчально-методичний посібник для підготовки до практичних занять та самостійної роботи студентів спеціальностей 034 Культурологія та 242 Туризм. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. 52 с.</li> <li>4. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. - 88 с.</li> </ol>

5. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навчальний посібник. Дрогобич: Посвіт, 2007. 108 с.
6. Оверчук В. А. «Психологія рекламних комунікацій». Підручник для студентів ОС «Бакалавр» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки». – Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 380 с.
7. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник / Н. В. Попова. – Х. : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. – 145 с.
8. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
9. Рекламний менеджмент: підручник. Укладачі: к.е.н., професор Луцій О.П., д.е.н., професор Ларіна Я.С., д.е.н., професор Забуранна Л.В. Київ – 2017. 307 с.
10. Реклама як інструмент маркетингу: монографія/ Н.М. Голда, Н.В. Поліщук.-Вінниця: ТОВ «Меркюрі-Поділля, 2018- 132с.
11. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Теорія та практика реклами : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 114 с. ( Протокол Вченої ради ЗНУ № 9 від 27.04.2023)
12. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.
13. Хавкіна Л. М. Основи рекламної діяльності: Методичні Х 12 матеріали для студентів зі спеціальності «Журналістика». – Вид. 2, доп. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2006. – 56 с.

#### **Допоміжна література**

1. Закон України «Про рекламу».
2. Закон України «Про захист прав споживачів».