

Навчальна дисципліна: РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Курс: 5

Семестр: 10

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни - „Маркетинг” „Менеджмент” „Мотиваційний аналіз” „Маркетингові комунікації”

Опис дисципліни

Мета дисципліни: надати знання про методи та технології підготовки та організації рекламних кампаній.

Завдання дисципліни: вивчення основних напрямків рекламної діяльності підприємства, набуття вмінь аналізу ефективних витрат на рекламу.

Предмет реклама як товар та процес.

Змістові модулі:

Модуль 1. Сутність рекламного менеджмента.

Модуль 2. Етапи розробки рекламної компанії.

Форми та методи навчання: лекції, аналітичні практичне завдання, семінари дискусії, практична підготовка за комплексно фаховою програмою на підприємствах, участь у виконанні НДР кафедри.

Форми організації контролю знань:

Контрольна робота - 10 семестр

Іспит- 10 семестр

Система оцінювання успішності студентів:

Підсумкова оцінка складається із оцінок за модулями (60%) та оцінки на іспиті (40%).

Іспит складається в письмовій формі. (3 академічні години)

Оцінювання відбувається за національною шкалою та шкалою ECTS

Навчально-методичне забезпечення: УМКД - робоча програма, опорні матеріали для самостійної роботи студентів, навчальні посібники, контрольне розрахунково-аналітичне завдання, кейси, тести.

Мова викладання: українська, російська.

Література:

1. Закон України «Про рекламу» // Урядовий кур'єр, — 1996. — № 137—138.

2. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. – М.; СПб.; Киев: Издательский дом “Вильямс”, 1999.
3. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама: пер. с англ. – Тольятти: “Издательский Дом Довгань”, 1995. – 704 с.
4. Бузин В.Н. Основы медиапланирования. Курс лекций. – М.: Мир рекламы, 2002.
5. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы. – СПб.: Питер, 2002.
6. Евстафьев В.А., Яссонов В.Н. Введение в медиапланирование. – М.: Рой, 1998.
7. Краско Т.И. Психология рекламы. – Харьков: Студцентр, 2002.
8. Лук’янець Т.І Рекламний менеджмент. – К.: КНЕУ, 1998.
9. Лук’янець Т.І Рекламний менеджмент: Навч.-метод. Посібник для самост вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2002. – 200 с.
- 10.Музыкант В. Реклама и паблик рилейшнз – технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Дрофа, 2002. – 688 с.
- 11.Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров: Пер. с англ./ Под ред. Л.А.Волковой. – СПб.: Питер, 2001. – 656 с.
- 12.Ромат Е.В. Реклама. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
- 13.Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. История американской рекламы. / Пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой. – СПб.: Питер, 2002. – 576 с.
- 14.Ульяновский А. Мифодизайн рекламы: Институт личности. – СПб., 1995.
- 15.Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПб.: Питер, 1999. – 736 с.
- 16.Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. – СПб: Питер, 2000. – 384 с.
- 17.Advertising media planning. Jach Z. Sissors, Roger V.Baron, McGraw-Hill, 560 p.
18. Журналы: "Маркетинг и реклама", "Рекламные технологии", "Индустрия рекламы", "Рекламные идеи – YES!", "Бизнес", др.