

КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ХАРКІВСЬКИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КНТЕУ

РЕКЛАМА
Advertising

Ступінь вищої освіти	бакалавр
Навчальний рік	2021/2022
З якого курсу викладається	4
В якому семестрі (-ах) викладається	7
Обсяг дисципліни (годин / ECTS)	180/6
Тижневе навантаження	4 години
Мова викладання	Українська
Статус дисципліни	Вибіркова

Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові	Попова Надія Василівна
Науковий ступінь, вчене звання	Доктор економічних наук, професор
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва
Посада	Завідувач кафедри, професор
Профіль викладача	Google Scholar / ORCID / ResearchGate
Контактна інформація	n.popova@knute.edu.ua

Анотація

Дисципліна орієнтована на людей, які прагнуть отримати сучасну високооплачувану професію в сфері маркетингу, рекламній індустрії, побудувати кар'єру в рекламному агентстві, медійній компанії або профільному комунікаційному підрозділі організації. Вона надає знання та навички, пов'язані з аналітичним і креативним потенціалом, які необхідні для роботи в сфері маркетингу, реклами та здійснення медіа-проектів, можливістю вирішувати бізнес-завдання шляхом розроблення соціальних і комерційних комунікацій в сучасному медіа-просторі.

Мета дисципліни

Формування у студентів теоретичних знань щодо основ реклами та практичних навичок розроблення та реалізації рекламної кампанії підприємств, організацій, товарів та брендів в сучасних умовах.

У результаті вивчення дисципліни студент буде

знати:

- про вплив реклами на сучасне життя суспільства;
- основні види реклами та методи їх застосування;
- особливості застосування реклами для різних товарів і послуг;
- про застосування психологічних аспектів в рекламі;

- правила розроблення рекламного контенту для різних засобів реклами;
- технологію виготовлення реклами для різних її засобів;
- переваги і недоліки використання різних засобів реклами в умовах діджиталізації;
- про складові рекламного процесу;

вміти:

- формувати рекламний бриф;
- обирати ефективні засоби реклами;
- розробляти креативний рекламний контент для різних медіа;
- займатися медіаплануванням;
- розробляти рекламну кампанію в умовах діджиталізації;
- оцінювати ефективність рекламної кампанії.

Передумови вивчення дисципліни

Знання маркетингу, маркетингових комунікацій.

Програма дисципліни

Тема 1. Реклама в сучасному суспільстві та маркетингу.

Реклама та рекламний бізнес в умовах діджиталізації суспільства.

Тема 2. Комерційна реклама.

Поняття та види комерційної реклами. Комерційна реклама як економічне явище. Роль комерційної реклами. Ефективність комерційної реклами. Предмет комерційної реклами.

Тема 3. Особливості реклами деяких видів економічної діяльності та товарів.

Реклама та трейд-маркетинг. Реклама і гіфт-маркетинг. Реклама банківських та страхових послуг. Реклама медичних товарів та послуг. Реклама в будівничий галузі. Реклама послуг з працевлаштування.

Тема 4. Некомерційна реклама.

Соціальна та політична реклама. Державна та територіальна реклама. Реклама особистості.

Тема 5. Рекламний контент, копірайтинг.

Поняття рекламного контенту. Зміст, форма та структура рекламного контенту. Копірайтинг. Моделі рекламних звернень. Загальні правила розроблення рекламного контенту.

Тема 6. Психологічні аспекти реклами.

Мотивація в рекламі. Раціональні, емоційні, соціальні мотиви в рекламі. Роль свідомості і підсвідомості в рекламі. Психологічні прийоми в рекламі.

Тема 7. Друкована реклама: поняття та технології.

Реклама в друкованих виданнях. Поліграфічна реклама. Основні поняття та процеси в поліграфії. Способи друку в поліграфії.

Тема 8. Телевізійна, радіореклами та реклами у кінотеатрах: поняття та технології.

Телевізійна реклами. Технологія створення відеореклами. Реклами на радіо. Технологія створення аудіореклами. Реклами в кінотеатрах. Рекламні носії.

Тема 9. Реклами outdoor, indoor та транспортна реклами: поняття та технології.

Зовнішня реклами. Вимоги до створення, виробництва та розміщення. Внутрішня реклами. Засоби внутрішньої реклами. Транспортна реклами: особливості та носії.

Тема 10. Реклами в діджитал середовищі.

Поняття та особливості реклами в діджитал середовищі. Види діджитал-реклами. Основні тренди в діджитал-рекламі.

Тема 11. Ембієнт реклама та сучасні рекламні технології.

Поняття та види ембієнт реклами. Сучасні рекламні носії та технології.

Тема 12. Розроблення рекламної кампанії. Медіапланування.

Поняття рекламної кампанії. Особливості формування рекламної кампанії. Основні показники для вибору засобів та носіїв реклами. Параметри медіапланування.

Тема 13. Формування бюджету рекламної кампанії.

Поняття та фактори впливу на бюджет реклами. Методи розрахунку рекламного бюджету.

Тема 14. Оцінка ефективності рекламної кампанії.

Контроль реалізації рекламної кампанії. Аналіз ефективності рекламної кампанії.

Особливості та політики дисципліни

Використання інтерактивних форм та засобів навчання, презентацій.

Відвідування занять в синхронному режимі фіксується студентом самостійно на Порталі навчальних ресурсів ХТЕІ. Студент, який пропустив заняття, виконує завдання за дисципліною на Порталі навчальних ресурсів асинхронно. Обов'язковим, як для синхронного режиму, так і для асинхронного, є робота на Порталі навчальних ресурсів ХТЕІ (сторінка дисципліни).

Форми та методи оцінювання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-баловою шкалою та шкалою ЄКТС відповідно до діючого [Положення про оцінювання результатів навчання студентів](#).

Поточний контроль (60 балів): 1) опрацювання лекцій; 2) виконання практичних завдань; 3) виконання завдань для самостійної роботи 4) поточне тестування на [Порталі освітніх ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу Інституту](#).

Підсумковий семестровий контроль (40 балів): письмовий екзамен. Структура екзаменаційного білету: завдання на оцінювання теоретичних знань (комп'ютерне тестування); завдання на оцінювання практичних навичок (розрахунково-аналітичне завдання); завдання на оцінювання професійних вмінь (ситуаційне завдання).

Умовою допуску до підсумкового семестрового контролю є виконання програми навчальної дисципліни і отримання оцінки за виконання завдань поточного контролю не менше ніж 36 балів. Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Рекомендовані джерела інформації

1. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник / Н. В. Попова – Харків : В справі, 2016. – 146 с.

2. Ромат Е. Реклама : учебник для вузов / Е. Ромат, Д. Сендеров ; 8 изд. ; стандарт третьего поколения. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с.

3. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.

4. Сердюк Я. Хорошая и плохая реклама [Электронный ресурс] / Я. Сердюк // ain. – Режим доступа: <https://ain.ua/special/good-vs-bad-ad/>. – Назва з екрана.
5. Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100+ приёмов влияния с помощью текста / Д. Каплунов. – Фабула, 2018. – 352 с.
6. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу / Дерек Томпсон. – Yakaboo Publishing, 2018. – 432 с.
7. Реклама на YouTube - Видеокампании в Интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/intl/ru/ads/>. – Назва з екрана.
8. Виды диджитал рекламы: обзор, примеры, классификация, стоимость [Электронный ресурс] // Master. – Режим доступа: <https://my-master.net.ua/vidy-reklamy-v-internete/>. – Назва з екрана.
9. Sostav.ua [Электронный ресурс] : [сайт ЗМІ]. – Режим доступа: <https://sostav.ua/news/advertising-industry>. – Назва з екрана.
10. Leo Burnett [Электронный ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступа: <http://www.leoburnett.ua>
11. Bbdo [Электронный ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступа: <https://ua.bbdo.ua>
12. Saatchi & Saatchi Ukraine [Электронный ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступа: <https://saatchi.com.ua/en>