



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Рекламний менеджмент

КАФЕДРА

## Менеджменту невиробничої сфери

РОЗРОБНИК

### Ващенко Валерія Вадимівна

к.е.н., ст. викладач

[valerivasenko54@gmail.com](mailto:valerivasenko54@gmail.com)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредити ЄКТС  
(150 годин)

**42**

годин контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
28 годин семінарських занять)

**108**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**другий**  
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

немає

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів знань щодо системи рекламного менеджменту у контексті міжнародного досвіду та вітчизняної практики. А саме: надання знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах, що функціонують в умовах розвинених ринкових відносин; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Теоретичні основи рекламного менеджменту

- Тема 1. Сутність рекламного менеджменту
- Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами
- Тема 3. Психологічні основи рекламного менеджменту

### Модуль 2. Управління рекламною діяльністю сучасного підприємства

- Тема 4. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу
- Тема 5. Планування рекламних кампаній
- Тема 6. Управління розробкою рекламної ідеї
- Тема 7. Медіа планування
- Тема 8. Управління корпоративною репутацією

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- полягає у вивченні загальних принципів побудови системи рекламного менеджменту, конкретного механізму управління рекламною діяльністю, в тому числі таких функцій як планування рекламних кампаній, творча стратегія, стратегія використання засобів реклами, контроль за рекламною діяльністю та оцінка її ефективності.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального



РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

**Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 40 балів;
- Виконання творчого завдання – ~ 15 балів
- Виконання завдань ділової гри – ~ 15 балів

**Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

**За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

**Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

**Основна література:**

1. Батра Раджив, Майерс Джон Дж., Аакер Девід А. Рекламний менеджмент: Пер. с англ. - 5-е изд. - М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 1999, - 784 с.: ил.
2. Бацун Н.В. Менеджмент в рекламе. Учеб. пособ./ Н.В. Бацун. - Иркутск: изд-во ИрГТУ, 2008. - 160 с.
3. Бузин В. А. Основы медиапланирования: курс лекций / В.А. Бузин. - М.:



Донецький державний  
університет управління

- Изд-во Междунар. ин-та рекламы, 2002. - 204 с.
4. Бороноева Т.А. Современный рекламный менеджмент. Учебное пособие /Т.А. Бороноева.- М.: Аспект Пресс, 2002. - 144 с.
  5. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы. Учеб. пособ./ Ю.В. Гусаров. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика»», 2007. - 527 с.
  6. Лук'янець Т.Т. Рекламний менеджмент. Навчальний посібник. /Лук'янець - К.: КНЕУ, 1998. - 276 с.
  7. Семенов Б.Д. Рекламный менеджмент: учебное пособие. - 2-е изд. / Б.Д. Семенов - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. - 272 с.
  8. Сиссорс Дж., Бзрон Р. Рекламное медиа-планирование. 6-е изд. / Сиссорс Дж. - СПб.: «Питер», 2004. - 416 с.
  9. Обрытько Б.А. Рекламный менеджмент: Конспект лекций / Обрытько Б.А. - К.: МАУП, 2000. - 120 с.
  10. Ромат Е.В. Реклама / Е.В.Ромат. - б изд. - СПб.: Питер, 2003. - 560 с.
  11. Ученова В. В. История рекламы или Метаморфозы рекламного образа / В.В. Ученова, Н. В. Старых. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. - 336 с.
  12. Ян Виктор. Проведение рекламных кампаний: Стратегия. Структура. Носители. / Виктор Ян. - М.: ООО «Вершина», 2003. - 240 с.