

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 8 «Реклама в системі маркетингу»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3курс, 6 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу Савчук Ярослава Олександрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основних засад функціонування економіки; загальної логіки та механізму ринкової діяльності; основ економічного та правового регулювання підприємницької діяльності, основ маркетингу.
Що буде вивчатися	Реклама в системі маркетингу; класифікація реклами; механізм дії реклами; психологія реклами; рекламне дослідження ринку; сучасна теорія корпоративної реклами; організація та структура рекламного процесу; розробка рекламного звернення ; планування рекламної кампанії; опрацювання плану використання засобів мас-медіа; планування ефективності рекламної кампанії та контролювання її результатів.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент має на меті вивчення місця реклами в системі маркетингових комунікацій, основних підходів до рекламування товару, підприємства і бренду; надати розуміння етапів рекламного дослідження ринку та проведення рекламної кампанії; здійснювати оцінку ефективності реклами та коригування її результатів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

	ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. Фахові компетентності: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.