

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 5 «Реклама в системі маркетингу»
Рівень ВО	бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, один семестр
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	4 кредити 120 год. (32 год. лекції/28 год. практ.)
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Шостак Л.В.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики комунікацій.
Що буде вивчатися	Передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації; основні напрямки сучасної рекламної діяльності – традиційні та новітні; роль і місце реклами в системі маркетингової діяльності; зв'язок реклами з теорією комунікацій; типологію рекламної продукції та рекламних кампаній; головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів; провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності; переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації; прийоми створення ефективного рекламного тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ.
Чому це цікаво/треба вивчати	За допомогою реклами формується визначене уявлення покупця про особливості товару чи послуги.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти

	прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
Інформаційне забезпечення	
Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на веб-сайті факультету (інституту)	

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)