



НАЦІОНАЛЬНА МЕТАЛУРГІЙНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ

СИЛАБУС навчальної дисципліни

«РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ У БІЗНЕСІ»

Шифр та назва спеціальності	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Назва освітньої програми	Економіка та управління підприємством
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова дисципліна циклу фахової підготовки
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС (120 академічних годин)
Терміни вивчення дисципліни	Другий курс
Мова викладання	Українська
Передумови вивчення дисципліни	Знання з економічної теорії, менеджменту, статистики та економіки підприємства, отримані на першому та другому курсі навчання
Мета навчальної дисципліни	Формування системи знань про рекламу як про системну діяльність підприємства, пов'язану з виробничими та збутовими аспектами функціонування підприємства, як про набір ефективних сучасних інструментів, необхідних для успішної роботи підприємства в умовах високої конкуренції
Компетентності, формування яких забезпечує навчальна дисципліна	Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків
Програмні результати навчання	В результаті вивчення дисципліни студент повинен знати: - мету, об'єкти, суб'єкти, засоби та сфери застосування реклами; сутність та етапи рекламного процесу; види та форми реклами, процес організації рекламних акцій та кампаній; методи оцінки рекламної діяльності підприємства; вміти: - скласти рекламні повідомлення; вибрати носії реклами з урахуванням фінансових можливостей організації та цілеспрямованості; організувати рекламні акції та оцінити їх ефективність; застосовувати діючі законодавчі акти у професійній діяльності. Дисципліна забезпечує досягнення таких програмних результатів навчання: - організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; - використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур; - оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій,

	торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів; - знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.
Зміст навчальної дисципліни	Модуль 1. Реклама та її соціальні функції Модуль 2. Засоби реклами Модуль 3. Суб'єкти рекламної діяльності Модуль 4. Рекламна діяльність і виробництво реклами
Заходи та методи оцінювання	Оцінювання модулів здійснюється за результатами виконання чотирьох контрольних робіт у тестовій формі. Оцінювання кожного модуля здійснюється за 12-бальною шкалою. Підсумкова оцінка навчальної дисципліни розраховується як середня за результатами модульних робіт або за результатами проведення екзамену у письмовій формі за 12-бальною шкалою.

Види навчальної роботи та її обсяг в акад. годинах

	Усього	Четверті
		6
Усього годин за навчальним планом	120	120
у тому числі:		
Аудиторні заняття	32	32
з них:		
- лекції	16	16
- лабораторні роботи	-	-
- практичні заняття	-	-
- семінарські заняття	16	16
Самостійна робота	88	88
у тому числі при :		
- підготовці до аудиторних занять	16	16
- підготовці до заходів модульного контролю	12	12
- виконанні курсових проектів (робіт)	-	-
- виконанні індивідуальних завдань	-	-
- опрацюванні розділів програми, які не викладаються на лекціях	60	60
Семестровий контроль	Екзамен	Екзамен

Специфічні засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу, комп'ютерних робочих місць
Навчально-методичне забезпечення	Основна література: 1. Уэллс У. Реклама. Принципы и практика. Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 800 с. 2. Смит П. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход. Пер. с англ. Київ: Знання-Прес, 2003. 796 с. 3. Батра Р., МайерсДж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. Пер. с англ. 5-изд. Москва: Вильямс, 2004. 784 с. 4. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. Київ: КНЕУ, 2000.380 с. 5. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с. 6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. Москва: Вильямс, 2007. 656 с. 7. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. Київ: МАУП, 2002. 240 с.

	<p>Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аржанов Н. П., Пирогова Т. А. История отечественной рекламы: Сб. статей. / Под общ. ред. Е. В. Ромата. Харьков: Студцентр, 2004. 304 с. 2. Дэвис Дж. Исследования в рекламной деятельности: теория и практика. Пер. с англ. Москва: Вильямс, 2003. 864 с. 3. Сиссорс Дж. Рекламное медиа-планирование. Пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 416 с. 4. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация. Москва: Эдиториал УРСС, 2003. 280 с. 5. Власов П.К., Киселева А.А., Тарасов С.Г. Психология в рекламе. Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 320 с. 6. Пазук М.Д. Реклама у підприємницькій діяльності: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2006. 192 с. <p>Інформаційні ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: http://www.rada.gov.ua 2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: http://www.kmu.gov.ua 3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Офіційний сайт. URL: http://www.me.gov.ua 4. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua 5. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського // http://www.nbuv.gov.ua 6. Література з маркетингу та рекламної діяльності: https://pidru4niki.com/marketing/
<p>Інформація про відповідального виконавця</p>	<p>Факультет: економіки і менеджменту https://nmetau.edu.ua/ua/mfac/i1007</p> <p>Кафедра: економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028</p> <p>Провідний викладач:</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex: 1;"> <p>СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЇВНА посада: доцент науковий ступінь: канд. екон. наук вчене звання: доцент тел.: +38096 213 5894 E-mail: semtv1@gmail.com Інтернет-сторінка на сайті НМетАУ: https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217 Робоче місце: кім. Б-503 Оригінальність дисципліни: авторський курс</p> </div> </div>

Ухвалено на засіданні групи забезпечення якості освітньої програми «Економіка та управління підприємством» (бакалаврський рівень). Протокол № 7 від 14.04.2020 р.

Гарант освітньої програми, доц. _____ Тетяна Ігнашкіна