

Тренінг-курс «Рекламна діяльність у сфері послуг»

Викладач: к. е. н. Дранус Л. С.

- ✓ **В результаті вивчення дисципліни студент має знати**
особливості і характеристики рекламного ринку;
- ✓ методи маркетингових досліджень у рекламі;
- ✓ психологічні засади впливу реклами на споживача;
- ✓ напрямки організації рекламної діяльності учасників рекламного бізнесу;
- ✓ особливості планування та організації рекламної кампанії;
- ✓ творчі стратегії розробки рекламних звернень;
- ✓ процес медіа планування;
- ✓ методи оцінювання ефективності рекламної кампанії.

В результаті вивчення дисципліни студент має вміти

- ✓ визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї, укласти контракти на проведення рекламного дослідження та рекламної кампанії;
- ✓ розробляти план рекламної діяльності;
- ✓ організувати рекламну діяльність підприємства, координувати її з партнерами, рекламними агентствами, засобами масової інформації;
- ✓ ефективно просувати рекламні послуги;
- ✓ визначати ефективність проведення рекламної кампанії, розробляти рекомендації щодо її вдосконалення.

Формат: дисципліна циклу професійної підготовки

Обсяг: 4,5 кредити ECTS, 45 годин групових занять та 90 годин самостійної роботи; 34 % аудиторного навантаження.

Мета: 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.

Тематика курсу:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи рекламної діяльності

Тема 1 Сутність і сфера рекламної діяльності у сфері послуг

Тема 2 Класифікація реклами

Тема 3 Психологічні основи рекламної діяльності

Тема 4 Дослідження рекламного ринку

Змістовий модуль 2. Управління рекламною діяльністю

Тема 5 Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу

Тема 6 Планування рекламних кампаній в сфері послуг

Тема 7 Управління розробленням рекламної ідеї.

Тема 8 Медіапланування. Вартість рекламного простору.

Тема 9 Управління корпоративною репутацією.

Тема 10 Оцінювання ефективності рекламної діяльності.

Тренінг-курс «Рекламна діяльність у сфері послуг»

Компетентності:

- ЗК 2.** Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, в т.ч. бізнесу у сфері послуг
- ЗК 5.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
- ЗК 7.** Здатність працювати в команді
- СК 3.** Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин
- СК 7.** Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності бізнесу, в т. ч. у сфері послуг, підприємницьких, торговельних і біржових структур
- СК 13.** Здатність застосовувати сучасні інформаційні, комунікаційні та інтелектуальні технології в управлінні діяльністю суб'єктів підприємництва, в т. ч. у сфері послуг, торговельних і біржових структур

Програмні результати:

- ПРН 2.** Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій у бізнесі, в т. ч. у сфері послуг, підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності
- ПРН 3.** Мати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами
- ПРН 4.** Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
- ПРН 6.** Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей
- ПРН 13.** Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур
- ПРН 14.** Вміти застосовувати інноваційні підходи у бізнесі, в т. ч. у сфері послуг, підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності
- ПРН 23.** Застосовувати сучасні інформаційні, комунікаційні та інтелектуальні технології в управлінні діяльністю суб'єктів підприємництва, в т. ч. у сфері послуг, торговельних і біржових структур

Тренінг-курс «Рекламна діяльність у сфері послуг»

Оцінювання та види робіт:

Дискусії, розрахункові завдання, кейси проводяться в малих групах під час практичних занять за їх тематикою. Враховується правильність, точність, змістовність, вміння висловити власну точку зору та обґрунтувати на основі теоретичних положень, норм законодавства, статистичних даних, аналітичних матеріалів - до 30 балів протягом семестру

Творчо-проектне завдання передбачає командну роботу з обґрунтування бізнес-ідеї у рекламній діяльності у сфері послуг та розробку проекту, її втілення з урахуванням маркетингової, функціональної/технологічної та фінансової складових - 30 балів

Підсумковий спіч проводиться за результатами творчо-проектного завдання у формі виступу з презентацією та відповідей на питання аудиторії. - 10 балів

Залік – 30 балів

Матеріально-технічне забезпечення:

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер);

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi;

OS: Windows, Android, iOS;

Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge;

Програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet; GantProject; Бітрікс24 CRM; Trello

Система електронного навчання Moodle 3.9;

Тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, стікери, кольоровий папір, клей, ватман, блокнот для фліпчарту)

Академічна доброчесність:

передбачає індивідуальне виконання практичних завдань, контрольних робіт. У разі наявності текстових збігів, копіюванні або фальсифікації даних, робота не буде зараховуватися.