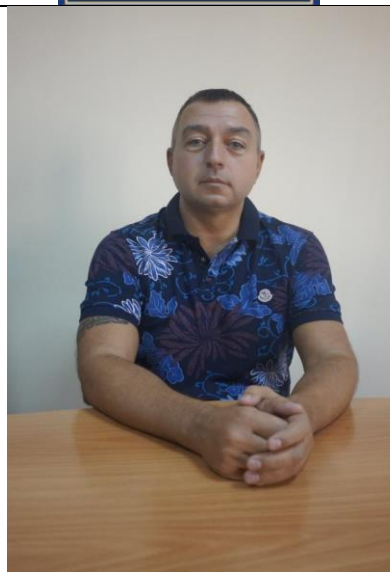




ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Назва дисципліни за вибором



**ШЕЛЕСТ Олексій
Леонідович**

Кандидат економічних
наук, доцент

Профайл викладача:

[http://econmgmt.uipa.edu.ua/?
page_id=1329](http://econmgmt.uipa.edu.ua/?page_id=1329)

Анотація: Курс «Організація рекламної діяльності» спрямований на формування у здобувачів комплексного розуміння процесів планування, реалізації та оцінки ефективності рекламних кампаній. Дисципліна охоплює теоретичні основи реклами, методи її організації, сучасні рекламні стратегії та технології, що використовуються у маркетингових комунікаціях. **Метою** вивчення дисципліни є формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок, необхідних для розробки, управління та оцінки ефективності рекламних кампаній у сучасному маркетинговому середовищі. Курс спрямований на розвиток компетенцій у сфері стратегічного планування реклами, вибору каналів комунікації, застосування цифрових технологій у рекламній діяльності та управління рекламними проєктами з урахуванням правових та етичних аспектів.

Очікувані результати навчання:

За результатами навчання студент буде:

знати: сутність, функції та роль реклами в маркетингових комунікаціях, психологічні та соціальні аспекти впливу реклами на споживачів, етапи розробки рекламної кампанії, методи формування рекламного бюджету та медіапланування, основи розробки рекламних повідомлень і креативних концепцій, використання соціальних мереж у рекламній діяльності, методи аналізу результатів реклами (KPIs, ROI, CTR, конверсія), законодавче регулювання реклами та стандарти професійної етики, антимонопольні та захисні механізми від недобросовісної реклами, соціальну відповідальність бізнесу у сфері рекламної діяльності.

вміти: розробляти стратегію рекламної кампанії відповідно до маркетингових цілей, визначати цільову аудиторію та аналізувати її поведінкові характеристики, формувати рекламний бюджет та розподіляти ресурси між медіаканалами, розробляти креативні рекламні концепції та слогани, запускати рекламні кампанії в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok), використовувати сучасні дизайнерські та відеоредактори для розробки реклами, аналізувати поведінку споживачів та коригувати рекламні стратегії, застосовувати маркетингові дослідження для оцінки ефективності кампаній, аналізувати відповідність реклами законодавчим нормам та стандартам етики, дотримуватись принципів соціальної відповідальності у рекламній діяльності.

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Теоретичні засади реклами та рекламної діяльності (лекцій – 4 год., практ. – 6 год.)

Тема 2. Види та класифікація реклами (лекцій – 6 год., практ. – 6 год.)

Тема 3. Стратегії та концепції рекламних кампаній (лекцій – 4 год., практ. – 6 год.)

Тема 4. Планування та бюджетування рекламної діяльності (лекцій – 6 год., практ. – 8 год.)

Тема 5. Креативні технології у рекламі (лекцій – 4 год., практ. – 6 год.)

Тема 6. Використання цифрових технологій у рекламі (лекцій – 6 год., практ. – 6 год.)

Тема 7. Методи оцінки ефективності рекламної діяльності (лекцій – 4 год., практ. – 6 год.)

Тема 8. Правові та етичні аспекти рекламної діяльності (лекцій – 6 год., практ. – 6 год.)

Мова викладання навчальної дисципліни – Українська.

Формат навчальної дисципліни – Змішаний (blended).

Курс: 1

Семестр: 1

Обсяг дисципліни – 180 годин (6 кредитів).

Структура дисципліни – Лекції – 40 годин, Практичні заняття – 50 годин, Самостійна робота – 90 годин.

Підсумковий контроль – Залік.

Технічне й програмне забезпечення та/або обладнання – комп'ютер, екран, колонки.