

**ХАРКІВСЬКИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ
КОЛЕДЖ**

**ДЕРЖАВНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

ОСНОВИ РЕКЛАМИ
Advertising basics

| | |
|--|----------------------------|
| Ступінь освіти, для якого пропонується | Фаховий бакалавр, Бакалавр |
| 3 якого курсу бажано опанувати | 2 |
| Обсяг дисципліни (годин / ECTS) | 90/3; 150/5 |
| Тижневе навантаження | 2 години, 4 години |
| Мова викладання | Українська |
| Статус дисципліни | Вибіркова |

Інформація про викладача

| | |
|--|--|
| Прізвище, ім'я та по батькові | Кононов Олександр Іванович |
| Кваліфікаційна категорія, педагогічне звання | Спеціаліст вищої категорії |
| Науковий ступінь, вчене звання | Кандидат економічних наук |
| Циклова комісія | Економіки, управління та адміністрування |
| Профіль викладача | Google Scholar / ORCID / ResearchGate |
| Контактна інформація | o.kononov@knu.edu.ua |

Анотація

Дисципліна орієнтована на людей, які прагнуть отримати сучасну високооплачувану професію в сфері маркетингу, рекламній індустрії, побудувати кар'єру в рекламному агентстві, медійній компанії або профільному комунікаційному підрозділі організації. Вона надає знання та навички, пов'язані з аналітичним і креативним потенціалом, які необхідні для роботи в сфері маркетингу, реклами та здійснення медіа-проектів, можливістю вирішувати бізнес-завдання шляхом розроблення соціальних і комерційних комунікацій в сучасному медіа-просторі.

Мета дисципліни

Формування у студентів теоретичних знань щодо основ реклами та практичних навичок розроблення та реалізації рекламної кампанії підприємств, організацій, товарів та брендів в сучасних умовах.

У результаті вивчення дисципліни студент буде

знати:

- про вплив реклами на сучасне життя суспільства;
- основні види реклами та методи їх застосування;
- особливості застосування реклами для різних товарів і послуг;
- про застосування психологічних аспектів в рекламі;
- правила розроблення рекламного контенту для різних засобів реклами;
- технологію виготовлення реклами для різних її засобів;
- переваги і недоліки використання різних засобів реклами в умовах діджиталізації;
- про складові рекламного процесу;

вміти:

- формувати рекламний бриф;
- обирати ефективні засоби реклами;
- розробляти креативний рекламний контент для різних медіа;
- займатися медіаплануванням;
- розробляти рекламну кампанію в умовах діджиталізації;
- оцінювати ефективність рекламної кампанії.

Програма дисципліни

Тема 1. Реклама в сучасному суспільстві та маркетингу.

Реклама та рекламний бізнес в умовах діджиталізації суспільства.

Тема 2. Комерційна реклама.

Поняття та види комерційної реклами. Комерційна реклама як економічне явище. Роль комерційної реклами. Ефективність комерційної реклами. Предмет комерційної реклами.

Тема 3. Особливості реклами деяких видів економічної діяльності та товарів.

Реклама та трейд-маркетинг. Реклама і гіфт-маркетинг. Реклама банківських та страхових послуг. Реклама медичних товарів та послуг. Реклама в будівничий галузі. Реклама послуг з працевлаштування.

Тема 4. Некомерційна реклама.

Соціальна та політична реклама. Державна та територіальна реклама. Реклама особистості.

Тема 5. Рекламний контент, копірайтинг.

Поняття рекламного контенту. Зміст, форма та структура рекламного контенту. Копірайтинг. Моделі рекламних звернень. Загальні правила розроблення рекламного контенту.

Тема 6. Психологічні аспекти реклами.

Мотивація в рекламі. Раціональні, емоційні, соціальні мотиви в рекламі. Роль свідомості і підсвідомості в рекламі. Психологічні прийоми в рекламі.

Тема 7. Друкована реклама: поняття та технології.

Реклама в друкованих виданнях. Поліграфічна реклама. Основні поняття та процеси в поліграфії. Способи друку в поліграфії.

Тема 8. Телевізійна, радіореклама та реклама у кінотеатрах: поняття та технології.

Телевізійна реклама. Технологія створення відеореклами. Реклама на радіо. Технологія створення аудіореклами. Реклама в кінотеатрах. Рекламні носії.

Тема 9. Реклама outdoor, indoor та транспортна реклама: поняття та технології.

Зовнішня реклама. Вимоги до створення, виробництва та розміщення. Внутрішня реклама. Засоби внутрішньої реклами. Транспортна реклама: особливості та носії.

Тема 10. Реклама в діджитал середовищі.

Поняття та особливості реклами в діджитал середовищі. Види діджитал-реклами. Основні тренди в діджитал-рекламі.

Тема 11. Ембієнт реклама та сучасні рекламні технології.

Поняття та види ембієнт реклами. Сучасні рекламні носії та технології.

Тема 12. Розроблення рекламної кампанії. Медіапланування.

Поняття рекламної кампанії. Особливості формування рекламної кампанії. Основні показники для вибору засобів та носіїв реклами. Параметри медіапланування.

Тема 13. Формування бюджету рекламної кампанії.

Поняття та фактори впливу на бюджет реклами. Методи розрахунку рекламного бюджету.

Тема 14. Оцінка ефективності рекламної кампанії.

Контроль реалізації рекламної кампанії. Аналіз ефективності рекламної кампанії.

Особливості та політики дисципліни

Навчання організовано на [Порталі навчальних ресурсів Коледжу](#). Обов'язковим є дотримання вимог та умов праці в освітньому середовищі, норм навчальної дисципліни та правил етичної поведінки. Зворотній зв'язок між здобувачем освіти та викладачем відбувається засобами інтерактивного дистанційного курсу. Можливим є отримання індивідуальних консультацій викладача.

Передбачається обов'язкове дотримання здобувачами освіти академічної доброчесності, а саме: 1) самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених програмою дисципліни; 2) посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; 3) дотримання норм законодавства про авторське право і

суміжні права; 4) надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Форми та методи оцінювання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-бальною калою відповідно до діючого Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів освіти.

Форма контролю: залік, що полягає в оцінюванні набутих здобувачем освіти результатів навчання за освітнім компонентом на підставі результатів поточної успішності протягом семестру та виконаних ним навчальних завдань (як аудиторних, так і під час самостійної роботи), визначених програмою.

Види завдань: 1) опрацювання лекційного матеріалу; 2) дослідження та аналіз особливостей, закономірностей та механізмів процесу банківського кредитування, а також виникнення ризиків, що супроводжують кредитну діяльність банківських установ; 3) поточне тестування.

Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Рекомендовані джерела інформації

1. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник / Н. В. Попова – Харків : В справі, 2016. – 146 с.
2. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.
3. Сердюк Я. Хорошая и плохая реклама [Електронний ресурс] / Я. Сердюк // ain. – Режим доступу: <https://ain.ua/special/good-vs-bad-ad/>. – Назва з екрана.
4. Sostav.ua [Електронний ресурс] : [сайт ЗМІ]. – Режим доступу: <https://sostav.ua/news/advertising-industry>. – Назва з екрана.
5. Leo Burnett [Електронний ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступу: <http://www.leoburnett.ua>
6. Bbdo [Електронний ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступу: <https://ua.bbdo.ua>
7. Saatchi & Saatchi Ukraine [Електронний ресурс] : [сайт агентства]. – Режим доступу: <https://saatchi.com.ua/en>