

## ДИСЦИПЛІНА «Рекламний менеджмент»

Лектор – кандидат економічних наук, доцент

**Воробйова Наталія Петрівна**

Рекламний менеджмент – дисципліна, яка разом з іншими дисциплінами відноситься до числа вибіркових дисциплін; перший рівень, ступінь вищої освіти «бакалавр» (4 курс, 8 семестр), забезпечує підготовку фахівців з PR-менеджменту.

**Мета дисципліни** - сформувати у здобувачів вищої освіти цілісні уявлення про методи й технології підготовки, організації та управління рекламними кампаніями ринкових суб'єктів.

### **Завдання дисципліни:**

- роз'яснювати теоретичні та практичні основи механізму рекламно-інформаційної діяльності сучасних підприємств;
- пояснювати психологію і механізм дії реклами на споживачів;
- визначати принципи управління рекламною діяльністю підприємства та рекламного агентства;
- категоризувати стратегічні підходи в організації та плануванні рекламної діяльності підприємства;
- пояснювати принципи медіапланування та методи оцінки ефективності рекламної кампанії.
- порівнювати і вибирати стратегію та цілі реклами з урахуванням особливостей діяльності підприємства;
- розраховувати та інтерпретувати показники медіапланування;
- оцінювати економічну та комунікативну ефективність реклами

### **Фахові компетентності:**

- здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт;
- здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення;
- здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички;
- розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності;
- здатність розробляти рекламну стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;
- здатність до управління рекламною діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі;
- здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері рекламного менеджменту

Загальний обсяг дисципліни – 105 годин, у тому числі: лекцій – 24, семінарських занять – 24. Самостійна робота – 57 годин.

Кінцева форма контролю – екзамен.