

**ВСП «Вінницький торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»
Відділення бізнесу та управління
ц/к фінансово-економічних дисциплін та підприємництва**

**Силабус навчальної дисципліни
«Основи рекламно-інформаційної роботи»**

1. Інформація про викладача	
Викладач	Солоненко Людмила Михайлівна
Науковий ступінь	-
Вчене звання	-
Посада	Викладач комерційних дисциплін
Веб сайт для розміщення курсу	https://sites.google.com/view/solonenko-ludmila-mikhailovna
E-mail	solud84@gmail.com
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій розміщений на офіційному сайті коледжу ВСП «ВТЕФК ДТЕУ». Інформація доступна за посиланням: http://vtec.vn.ua/rozklad-zanyat
2. Опис навчальної дисципліни	
Освітньо-професійний ступінь:	«фаховий молодший бакалавр»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма	«Менеджмент»
Загальна характеристика	Кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Співвідношення аудиторних годин і годин самостійної роботи 48/42 Мова навчання: українська Форма підсумкового контролю: залік Форма навчання: очна
Анотація	Навчальна дисципліна «Основи рекламно-інформаційної роботи» одна із основних дисциплін підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «фаховий молодший бакалавр». Навчальний курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань про рекламу та рекламний процес, розуміння та набуття практичних навичок в області організації рекламної діяльності у роботі менеджменту. Метою викладання дисципліни «Основи рекламно-інформаційної роботи» є формування у студентів базових знань і практичних навичок щодо організації рекламно-інформаційної діяльності на підприємстві, умов, механізмів та інструментів рекламного впливу на споживача у сфері діяльності підприємств.
Технічне та програмне забезпечення /обладнання	Вивчення дисципліни передбачає використання комп'ютерної техніки та програмних продуктів: Microsoft Power Point, додатки Google

<p>Методи навчання</p>	<p><i>Основними методами навчання є:</i></p> <p>Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер, використовуються мультимедійні презентації, відео, робочі зошити – опорні конспекти, випереджувальні завдання студентів тощо.</p> <p>Практичні заняття проводяться за результатами розгляду студентами окремих теоретичних положень та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом відповідно сформульованих завдань.</p> <p>Семінарські заняття проводяться з використанням результатів науково-пошукової роботи студентів, захисту цих результатів; поширеними є ситуаційні завдання, ділові ігри, підготовка презентацій з використання сучасних професійних програмних засобів.</p> <p>Самостійна робота студентів - у відповідності до Положення про його організацію та контроль у ВСП «ВТЕФК ДТЕУ».</p>
<p>Завдання</p>	<p>Основні завдання курсу спрямовані на формування у студентів обізнаності щодо:</p> <ul style="list-style-type: none"> - місця реклами в системі маркетингових комунікацій; - видів і носіїв реклами; - процесу планування та проведення рекламної кампанії; - організації рекламної діяльності на підприємстві.
<p>Результати навчання (компетентності)</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти має здобути компетентності:</p> <p>загальні:</p> <p>ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел спеціальні.</p> <p>спеціальні:</p> <p>СК 4. Здатність управляти підрозділом і налагоджувати необхідні комунікації в процесі управління.</p> <p>РН 6. Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для розв’язання професійних завдань.</p> <p>РН 11. Здійснювати пошук, збирання, оброблення й аналізування інформації у професійній діяльності.</p>
<p>Критерії оцінювання навчальних досягнень</p>	<p>Відмінно - студент вільно і творчо володіє матеріалом, визначеним програмою, має діалектичне мислення; аргументовано, науково аналізує філософські проблеми, об’єктивно оцінює досягнення філософської думки та її вплив на розвиток та формування світогляду епохи та майбутнього. Вміє використовувати різноманітні джерела знань, систематично поповнює знання, вміє застосовувати знання при вирішенні професійних питань. Уміє вдаватися до діалогу, доводити власну громадську та світоглядну позицію. Виконав 100% обсягу самостійної роботи. Брав участь у конференціях, семінарах, олімпіадах, писав конкурсну творчу роботу, реферат. За підсумками тестування або тесту правильно відповідає на 90-100% питань.</p>

Добре - студент добре володіє матеріалом, але має незначні ускладнення при відповіді; потребує незначної допомоги викладача при виборі напрямку відповіді та допускає незначні помилки, неточну аргументацію. Оцінювання подій, ідей, досягнень філософської думки більш емоційне ніж наукове. Володіє декількома методами пізнання, але має незначні труднощі при діалоговій бесіді і доказах власної думки. Виконав 100% обсягу самостійної роботи. Брав участь у конференціях, семінарах, олімпіадах, писав конкурсну творчу роботу, реферат. За підсумками тестування правильно відповідає на 70-89% питань.

Задовільно - студент користується лише окремими знаннями дисципліни, порушує логіку відповіді, відповідь недостатньо самостійна, допускаються суттєві помилки в знаннях та поясненні питань дисципліни мова спрощена; оцінювання досягнень філософської думки лише емоційне; викладач постійно коректує відповідь студента. Студенту важко підтримувати бесіду, не вистачає доказів для обґрунтування власного погляду. Виконав не менше 70% обсягу самостійної роботи. За підсумками тестування правильно відповідає на 50-69% питань.

Незадовільно - студент не володіє необхідними знаннями, не володіє практичними навичками дисципліни. Виконав менше 50% обсягу самостійної роботи або зовсім не виконав самостійної роботи. За підсумками тестування правильно відповідає на 0-49% питань.

3. Структура навчальної дисципліни

Найменування теми	Всього годин	Аудиторні	В тому числі			
			Лекц.	П/Р	С/З	СРС
Тема 1. Система маркетингових комунікацій	16	6	4	2		6
Тема 2. Реклама: функції та види	18	12	6	2	4	8
Тема 3. Носії реклами	26	10	6	2	2	10
Тема 4. Організація рекламної діяльності	30	12	6	2	4	10
Тема 5. Процес планування рекламної кампанії	14	8	6	2		8
Всього:	90	48	30	10	10	42

4. Політика ВСП «ВТЕФК ДТЕУ» та очікування

Дотримання умов доброчесності	Дотримання Положення про академічну доброчесність ВСП «ВТЕФК ДТЕУ» Доступні
Очікування	Організація освітнього процесу та відвідування занять відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу студентів ВСП «ВТЕФК ДТЕУ» Доступне за посиланням: http://vtec.vn.ua/diyuchi-polozhennya

Оцінювання знань відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів ВСП «ВТЕФК ДТЕУ»
Доступне за посиланням:
<http://vtec.vn.ua/diyuchi-polozhennya>

5. Рекомендована джерела:

Основна:

1. Про рекламу: Закон України. Прийнятий 24.09.2023 р. // Галицькі контракти. – 2023. - № 32.
2. Закон України «Про туризм» // Урядовий кур'єр - 2020. - 15 жовтня.
3. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент [підручник] / Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – К.: Центр учбової літератури, 2023. – 392 с.
4. Владимирская А., Владимирский П. Нестандартный учебник по рекламе. Рекламные игры для взрослых / Серия «Мастер-клас». – Ростов н/Д: «Феникс», 2022. – 320с.
5. Джулер А.Д., Дрюниани Б.Л. Креативные стратегии в рекламе / Пер. С англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского – СПб.: Питер, 2002. – 2022. – 384с.
6. Дзикевич С.А. Эстетика рекламы: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2023. – 232 с.
7. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг / Каплунов Денис [пер. з рос. Р. Трифонов]. – Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула 2022. – 352 с.
8. Красновський О. Жажливо і Прекрасно: онлайн дослідження в Україні / Красновський Олександр, Харченко Наталія // Маркетинг в Україні, № 3 (72), травень-червень, 2022. – С. 14.
9. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов / Д. Матисон [пер. С англ.]. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр» (О.В. Гритчина), 2023. – 264 с.
10. Мельникович О.М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу: монографія. – К.: Київ. нац. торг.- ек. ун-т, 2021. – 358с.

Додаткова:

11. Примак Т.О. Дослідження використання соціально-комунікаційних технологій у створенні рекламних звернень в Україні / Т.О. Примак // Маркетинг в Україні, № 6, 2021. – С. 29-35.
12. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник. – Суми: Університетська книга, 2019. – 365, [3] с.
13. Чубала А. Соціальна відповідальність як інструмент побудови іміджу підприємства / А. Чубала // Маркетинг в Україні, № 4 (62), 2021. – С. 56

Інтернет-ресурси:

1. <http://ua.textr.com/8070.html>
2. file:///C:/Users/a/Downloads/Inform_systems_et_technologies_Ochrimenko.pdf