1. **Назва.** Рекламний менеджмент
2. **Шифр.** БД 4
3. **Тип.** Базова
4. **Рік навчання.** 2019-2020
5. **Семестр** - II
6. **Кількість кредитів ЄКТС** - 5
7. **ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.**

Бєлікова Н. В., д.е.н., проф**.**

8. Результати навчання: формування у студентів знань щодо системи рекламного менеджменту у контексті міжнародного досвіду та вітчизняної практики. А саме: 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.

9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживачів», «Маркетингові комунікації».

10. Зміст. Сутність рекламного менеджменту. Основні класифікаційні ознаки реклами. Психологічні основи рекламного менеджменту. Дослідження рекламного ринку. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу. Планування рекламних кампаній. Управління розробкою рекламної ідеї. Медіапланування. Управління корпоративною репутацією. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства.

10.

11.Рекомендовані джерела.

1. Абабкова М.Ю. Кодексы этики маркетинга и рекламы: учеб. пособие / Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 191 с.

2. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. М: Прориздат, 2005. 96 с.

3. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл.: / Л. В. Балабанова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.І.Туган-Барановського. - 3-те вид. перероб. і допов. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 517 с.

4. Маркетинг: навчальний посібник / Орлов П. А., Косенков С. І., Прохорова Т. П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.

5. Рекламное дело : курс лекций / Овчинникова Н. Н. – М.: Эксмо, 2010. – 336 с.

6. Данько Н. Брендинг як напрям вдосконалення рекламної стратегії туристичного підприємства / Н. Данько // ВІСНИК ХАРКІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ імені В. Н. КАРАЗІНА. № 1086. – 2013. – С. 131-134.

7. Антонович Є. Дизайн реклами: методологічні підходи / Є. А. Антонович, С. В. Прищенко // Духовність особистості: методологія, теорія і практика. № 5 (52). – 2012. – С. 36-43.

8. Зяйлик М. Ф. Інноваційний маркетинг як особливий вид цілеспрямованої творчої діяльності підприємств / М. Ф. Зяйлик, О. І. Вівчар // Сталий розвиток економіки: всеукраїнський науково-виробничий журнал. №1. – 2013. – С. 311-314.

9. Тінякова О. М. Методика генерування ідей в графічному дизайні / О. М. Тінякова // Технології та дизайн. – №1 (14). – 2015. – С. 3-10.

10. Рижий І. Б. Особливості планування рекламних кампаній / І. Б. Рижий // Науково-інформаційний вісник. №9. – 2014. – С. 281-287.

12. Методи навчання: лекції, практичні та семінарські заняття, проблемні лекції, семінари-дискусії, рішення кейсів, презентації

13. Методи оцінювання:

- поточний контроль (колоквіум, опитування, індивідуальне завдання, контрольна робота, презентація)
- підсумковий контроль (іспит**)**

14. Мова навчання. Українська.