

РЕКЛАМА І РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) — здобути глибокі теоретичні знання про процес створення рекламного продукту, доведення його до потенційних покупців у такий спосіб, щоб вони зрозуміли, чим саме товар, послуга або ідея позитивно відрізняються від подібних до них, а виробник зміг перетворити цю новацію в реальний капітал.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- здатність аналізувати сферу впливу рекламних носіїв на поведінку ринкових суб'єктів;
- здатність використовувати інструментарій рекламування в інноваційній діяльності;
- здатність застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері рекламування.

Програмні результати навчання:

- застосовувати основні поняття, терміни і методики щодо створення, функціонування та оцінки рекламної продукції;
- використовувати схеми сучасного рекламного процесу та функцій усіх його учасників;
- застосовувати знання про структуру, основні напрямки і форми діяльності рекламного агентства як одного з основних учасників сучасного рекламного процесу;
- застосовувати механізм впливу реклами на свідомість і підсвідомість потенційного споживача;
- аналізувати рекламу, як невід'ємну частину сучасної економічної діяльності окремого торговельного суб'єкта і світового ринку в цілому;
- застосовувати різні шляхи впливу на споживача і їх відмінностей в різних ЗМІ;
- практично використовувати набуті знання в різних сферах рекламної діяльності.

Короткий зміст курсу:

Історія та основні етапи розвитку реклами. Сутність і функції реклами. Регулювання рекламної діяльності. Класифікація реклами та перспективні напрямки рекламної діяльності. Планування рекламної діяльності. Рекламні агентства. Підготовка та проведення рекламної кампанії. Формування рекламного бюджету. Контроль результатів рекламної кампанії. Організація виставок.