

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КРЕАТИВНІ РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

Лектор курсу			Дрокіна Ніна Іванівна, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), сторінка курсу в Moodle		e-mail: marketing_dut@ukr.net ; сторінка курсу в Moodle – http://dl.dut.edu.ua/course/category.php?id	
Галузь знань			073 «Управління та адміністрування»		Рівень вищої освіти		магістр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		10	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
		150	18	-	24	-	108	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Аналіз і планування маркетингової діяльності, Оцінка ефективності маркетингових рішень
Освітні компоненти для яких є базовою	Переддипломна практика. Кваліфікаційна робота магістра.
Мета курсу:	надання студентам комплексу теоретичних знань та необхідних вмінь визначення ефективності рекламної діяльності організацій, застосування креативних стратегій у розробці реклами та PR- кампаній.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) та знання ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії, спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК7. Здатність до ініціативності, відповідальності та підприємливості	ПП 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу ПП 4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом, генерувати нові ідеї та нестандартні підходи до їх реалізації, розробляти і застосовувати маркетингові інноваційні технології та креативні стратегії ПП10. Здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій, застосування сучасних Інтернет-технологій в управлінні маркетинговою діяльністю

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта .
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта .
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу .
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень .

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінюван ня за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Розробка рекламного продукту			
Тема 1. Рекламний продукт: сутність, стратегії розробки та просування	Лекція 1	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>Знати: основні функції, завдання та сучасні можливості реклами</p> <p>Вміти: ставити і вирішувати конкретні завдання, визначати перспективні напрями рекламної діяльності;</p> <p>Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Практичне заняття 1		Усне опитування, навчальна дискусія «Перспективні напрями рекламної діяльності»
	Лекція 2		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p>Тема 2. Рекламне повідомлення: процеси розробки та реалізації творчих концепцій</p> <p>Знати: виділяти основні особливості цільових аудиторій, правильно вибирати інструменти та технології</p> <p>Вміти: виділяти основні особливості цільових аудиторій, правильно вибирати інструменти та технології створення рекламного повідомлення;</p> <p>Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Практичне заняття 2	5,5*	Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 3		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3		Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 4		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4		Модульний контроль №1 «Розробка рекламного продукту»
<p>Тема 1. Рекламний продукт: сутність, стратегії розробки та просування</p> <p>Тема 2. Рекламне повідомлення: процеси розробки та реалізації творчих концепцій</p>	Самостійна робота		<ol style="list-style-type: none"> 1. Опишіть структуру ринку типів продуктів рекламної діяльності. 2. Етапи технологічного ланцюжка рекламної кампанії . 3. Які найбільш вдалі засоби просування товару ? 4. Як розрахувати показник вартості за рекламу? 5. Які, на ваш погляд, рекламні носії найбільш ефективні? А які найбільш витратні? 6. Яка головна ідея і мета рекламного послання? 7. Якими прийомами можна забезпечити ефективну орієнтацію образу, стилю тексту або мовного звернення на обрану цільову аудиторію? 8. Чи можливо зробити текст таким, щоб він міг зробити сильний вплив на покупців, "змушує" їх рекомендувати товар іншим споживачам? Чому?
Розділ 2. Технології виробництва рекламної продукції			
<p>Тема 3. Основи технології рекламної діяльності</p> <p>Знати: технології виробництва існуючих засобів реклами;</p> <p>Вміти: ставити і вирішувати конкретні завдання, визначати перспективні напрями рекламної діяльності;</p> <p>Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Лекція 5	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Навчальна дискусія: «Вплив світової мережі Інтернет на бізнес-процеси підприємств»

<p>Тема 4. Технології виробництва зовнішньої реклами Знати: технології виробництва існуючих засобів реклами; Вміти: розраховувати найпростіші показники ефективності реклами; Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10 Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9 Рекомендовані джерела: 1-5</p>	<p>Лекція 6</p> <p>Практичне заняття 6</p>	<p>5,5*</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
<p>Тема 5: Технології виробництва відеореклами Знати: технології виробництва існуючих засобів реклами; Вміти: розраховувати найпростіші показники ефективності реклами; Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10 Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9 Рекомендовані джерела: 1-5</p>	<p>Лекція 7</p> <p>Практичне заняття 7</p>	<p>5,5*</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, Тренінг: «Розрахунок найпростіших показників ефективності реклами»</p>
<p>Тема 6. Перспективи використання мультимедійних технологій у рекламі Знати: особливості сприйняття реклами споживачами та їх облік у виробництві реклами; Вміти: застосовувати отримані знання по рекламним технологіям у комерційній діяльності і критично оцінювати пропозиції рекламного агентства; Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10 Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9 Рекомендовані джерела: 1-5</p>	<p>Лекція 8</p> <p>Практичне заняття 8</p>	<p>5,5*</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
<p>Тема 7. Методичні підходи до забезпечення та оцінці ефективності Знати: рекламної діяльності; Вміти: методи оцінки ефективності реклами; розраховувати найпростіші показники ефективності реклами; Формування компетенцій: ПП2; ПП4, ПП10 Результати навчання: ПРН 1, ПРН2, ПРН7– ПРН9 Рекомендовані джерела: 1-5</p>	<p>Лекція 9</p> <p>Практичне заняття 9</p>	<p>5,5*</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Модульний контроль № 2 «Технології виробництва рекламної продукції»</p>
<p>Тема 3. Основи технології рекламної діяльності Тема 4. Технології виробництва зовнішньої реклами Тема 5: Технології виробництва відеореклами Тема 6. Перспективи використання мультимедійних технологій у рекламі Тема 7. Методичні підходи до забезпечення та оцінці ефективності</p>	<p>Самостійна робота</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Розкрити класифікаційну структуру поняття "інструмент просування" в рекламній діяльності. 2. Які технології застосування інструментів рекламної діяльності Вам, відомі? 3. Назвіть основні фактори світового рекламного ринку. 4. Назвіть приватні концепції рекламного простору. 5. Дайте визначення зовнішня реклама ? 6. Як зовнішня реклама діє на споживачів? 7. Якими принципами необхідно користуватися при розробці макету зовнішньої реклами? 8. Розкрийте поняття «Жива реклама», та охарактеризуйте

		<p>основні види живої реклами. 9. Назвіть переваги та недоліки зовнішньої реклами. 10. Розкрийте поняття відео реклама та рекламний ролик? Які у них відмінності? 11. Які принципи створення в області телереклами вдалося визначити рекламісту світового рівня Дейвіду Огілві? 12. Які основні принципи та види функціонування мультимедіа? 13. Які нові форми приймає напрямок мультимедіа, що застосовуються в рекламі? 14. Розкрийте поняття інтернет-реклама та рекламна мережа. Що включає в себе рекламна мережа?</p>
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<ul style="list-style-type: none"> • Мультимедійний проектор; • Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. 		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ :Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с. http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1656 2. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник / О.В.Виноградова. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703 3. Поляков В.А.,Романов А.А. Розробка і технології виробництва рекламного продукту – Режим доступу: https://stud.com.ua/34888/marketing/rozrobka_i_tehnologiyi_virobnitstva_reklamnogo_produktu 4. Рекламний креатив: навчальний посібник /О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. –Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. – 208 с. 5. Імшинецька, І.Я. Креатив в рекламі –Режим доступу: http://www.advertology 		
ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)		
<ul style="list-style-type: none"> • Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. • Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. • Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів. • Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. • За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. 		
КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ		
Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання студентом 30 балів у сукупності за всіма темами дисципліни		
Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,55 бала
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді), підготовка реферату	за кожну презентацію (реферат) максимум 3 бали
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
	• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали
	• участь у діловій грі	за кожну участь 1 бал
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)	Модульний контроль № 1 «Розробка рекламного продукту»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль №2 «Технології виробництва рекламної продукції»	максимальна оцінка – 15 балів
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських та Міжнародних конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Звільняється від заліку
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Залік	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у письмовій формі.	30 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /затис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли	Добре / Зараховано (В)

	виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється