**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«РЕКЛАМА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

**Компонента освітньої програми** *–* ***вибіркова*** (4 *кредити*)

|  |  |
| --- | --- |
| **Освітньо-професійна програма** | *«Облік і оподаткування»* |
| **Спеціальність** | *071 Облік і оподаткування* |
| **Галузь знань** | *07 «Управління та адміністрування»* |
| **Рівень вищої освіти** | *перший (бакалаврський)* |
| **Мова навчання** | українська |
| **Профайл викладача (-ів)** | *І.М.Буднікевич., д.е.н., професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку (http://mmix.cv.ua/staff/budnikevych-iryna-myhajlivna )*  *В.А.Вардеванян, к.е.н, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку (http://mmix.cv.ua/staff/vardevanyan-vardan-albertovych)* |
| **Контактний тел.** | +380….. |
| **E-mail:** | v.vardevanyan@chnu.edu.ua |
| **Сторінка курсу в Moodle** | <https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1332> |
| **Консультації** | вівторок та середа з 13.00 до 15.00 |

# АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Реклама та рекламна діяльність» спрямована на формування у здобувачів освіти теоретичних знань про рекламу та рекламний процес, розуміння та набуття практичних навичок в області організації рекламної діяльності у роботі різних суб’єктів рекламного ринку.

Мета навчальної дисципліни: сформувати у здобувачів набір базових знань і практичних навичок щодо організації рекламної діяльності на підприємстві, умов, механізмів та інструментів рекламного впливу на споживача у діяльності підприємств (організацій) на національному ринку та за його межами.

**Навчальний контент освітньої компоненти**

|  |  |
| --- | --- |
| **назва тем** | |
| **Тема 1** | Система маркетингових комунікацій |
| **Тема 2** | Реклама: функції та види |
| **Тема 3** | Носії реклами |
| **Тема 4** | Організація рекламної діяльності |
| **Тема 5** | Процес планування рекламної кампанії |
| **Тема 6** | Контроль ефективності рекламної кампанії |

**ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються інноваційні освітні технології: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо); бізнес-кейси (індивідуальні або командні); ділові гри; проектні завдання (індивідуальні та командні проекти); методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо); робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами; самостійна робота над індивідуальним завданням; робота в майстернях (дизайнерських програмах); тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження; підготовка проєктів для участі у студентських конкурсах та фестивалях з реклами; участь в екскурсіях на підприємства, події та заходи, що пов’язані з маркетингом та рекламою.

**ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

***Поточний контроль*:** презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями; захист бізнес-кейсів, результатів досліджень; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконання завдань; презентація творчих завдань; командні результати ділових ігор; командні результати проєктних завдань; презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній; участь виконаних проєктів в студентських конкурсах та фестивалях з реклами; підсумковий контроль – іспит у тестовій формі та захистом виконаного проєктного завдання; публікації тез, доповідей, статей

***Підсумковий контроль*** –залік.

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання

**ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

* «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» [https://www.chnu.edu.ua/media/jxdbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets koho-natsionalnoho-universytetu.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/jxdbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets%20koho-natsionalnoho-universytetu.pdf) ;
* «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi> at-2023plusdodatky-31102023.pdf .