

Реклама і просування товарів на ринку
Циклова комісія, яка забезпечує викладання фінансово-економічних та облікових
дисциплін
Відділення обліку та харчової продукції

Лектор	<u>Подуфалова Ольга Сергіївна</u>
Семестр	<u>6-й</u>
Освітньо-професійний ступінь	<u>Фаховий молодший бакалавр</u>
Кількість кредитів ЄКТС	<u>3</u>
Форма контролю	<u>Диференційований залік</u>
Аудиторні години	<u>22 год (з них 14 год. лекцій, 8 год. практичних)</u>

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «Реклама і просування товарів на ринку» спрямована на формування у здобувачів освіти компетентностей у сфері організації рекламної діяльності та застосування сучасних інструментів просування товарів і послуг на ринку. Особлива увага приділяється вивченню сутності, функцій і принципів реклами, особливостей формування рекламної політики підприємства, дослідженню цільової аудиторії та споживчої поведінки, вибору засобів і каналів поширення рекламної інформації, розробленню рекламних повідомлень і рекламних кампаній, а також використанню традиційних і цифрових інструментів просування товарів. Важливе значення має вивчення реклами в мережі Інтернет, соціальних мережах, контекстної та таргетованої реклами, контент-маркетингу, стимулювання збуту, персонального продажу та зв'язків із громадськістю.

Завдання навчальної дисципліни: формування у здобувачів освіти системних знань з теорії та практики рекламної діяльності та просування товарів на ринку, розширення, поглиблення та закріплення знань щодо сутності, видів, засобів і функцій реклами, принципів організації рекламних кампаній, методів визначення цільової аудиторії, вибору ефективних каналів комунікації та інструментів просування. Формування практичних навичок розроблення рекламних звернень, планування рекламних заходів, використання цифрових технологій і соціальних медіа для просування товарів, оцінювання ефективності рекламної діяльності та визначення результативності застосованих маркетингових комунікацій.

Теми лекцій

1. Реклама в сучасному бізнесі та суспільному житті.
2. Дослідження рекламного ринку. Основні класифікаційні ознаки реклами.
3. Дослідження споживачів у рекламі
4. Дослідження товару як предмета реклами
5. Стимулювання збуту: визначення, типологія, стратегії .
6. Організація та управління рекламною діяльністю

Теми занять (семінарських, практичних)

1. Суть основні поняття та види реклами
2. Створення фірмового стилю
3. Поняття та напрямки стимулювання збуту
4. Поняття рекламодавця. Організаційна структура рекламної служби