

РЕКЛАМА І СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ

Циклова комісія, яка забезпечує викладання
маркетингу, торгівлі та харчових технологій
Відділення підприємництва та інформаційних технологій

Лектор	Федосєєва Наталія Іванівна
Семестр	6-й
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Кількість кредитів ЄКТС	2
Форма контролю	Диференційований залік
Аудиторні години	18 год. (з них 10 год. лекцій, 8 год. практичних)

Загальний опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни є - ознайомлення зі стимулювання збуту та рекламою в їх сукупності; визначення видів реклами; визначення механізмів їх впливу; визначення методів їх ефективності; формування знань з розроблення та реалізації рекламної кампанії, ознайомлення з практичними аспектами оцінки ефективності заходів з реклами та стимулювання продажу.

Основними завданнями, що мають бути вирішені в процесі викладення дисципліни, є здатність визначати роль і місце реклами в системі маркетингової діяльності; зв'язок реклами з теорією комунікацій; здатність розрізняти переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації; здатність вирізняти головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів; на основі нормативних документів організації рекламної діяльності вивчати передовий вітчизняний і зарубіжний досвід організації рекламної роботи,

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність працювати з інформацією, у тому числі у глобальних комп'ютерних мережах; здатність до навчання; здатність формувати нові ідеї (креативність); здатність визначати критерії формування товарного асортименту; знання і розуміння нормативно-правового регулювання у сфері маркетингу; здатність використовувати професійно-профільовані знання щодо організації та функціонування товарних бірж, біржової та брокерської діяльності, організація розподілу біржових товарів; здатність використовувати професійно-профільовані знання маркетингових комунікацій для стимулювання продажу товарів; здатність використовувати професійно профільовані знання принципів маркетингової діяльності для організації та здійснення закупівель, збуту і розподілу продукції підприємств.

Теми лекцій

1. Реклама в системі маркетингових комунікацій. Історичні етапи розвитку рекламної діяльності у світі і в Україні.
2. Законодавче регулювання діяльності зі стимулювання збуту і реклами в Україні та у світі.
3. Класифікація реклами. Демонстраційні засоби реклами.
4. Створення та оформлення рекламних звернень. Стимулювання збуту: визначення, типологія, стратегії.
5. Організація рекламної справи на підприємстві. Методи оцінки ефективності реклами та заходів зі стимулювання збуту продукції.

Теми практичних занять

1. Законодавче регулювання рекламної діяльності в Україні. Правове регулювання і контроль у країнах Європейського Союзу.
2. Визначення реклами. Типи реклами. Класифікація реклами.
3. Особливості розвитку ринку реклами. Порівняльна характеристика реклами і стимулювання збуту.
4. Методи визначення економічної ефективності реклами та заходів зі стимулювання збуту.