

ТОРГОВЕЛЬНА РЕКЛАМА

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

Лектор	<u>Федосєєва Наталія Іванівна</u>
Семестр	<u>4(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>18</u> год. (з них <u>10</u> год. лекцій, <u>8</u> год. семінарських)

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «Торговельна реклама» формує професійні компетентності здобувачів освіти та спрямована на формування у студентів теоретичних знань про рекламу та рекламний процес, розуміння та набуття практичних навичок в області організації рекламної діяльності у роботі різних суб'єктів рекламного ринку.

Метою навчальної дисципліни «Торговельна реклама» є сформування у студентів набору базових знань і практичних навичок по вивченню основних вимог і завдань торгової реклами на підприємстві.

Основними завданнями викладання дисципліни є використання найбільш ефективних засобів реклами, організація та планування рекламної діяльності, визначення її ефективності і здійснення контролю за її використанням; організація рекламної діяльності на підприємстві, умов, механізмів та інструментів рекламного впливу на споживача у діяльності підприємств (організацій) на національному ринку та за його межами.

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності, здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства, здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур, здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності, здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур, здатність застосовувати основи обліку, оподаткування та страхування в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності, здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку, здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності, здатність використовувати логістичні системи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

Теми лекцій

1. Розвиток торговельної реклами. Роль та функції торговельної реклами.
2. Психологічні основи реклами. Вимоги до засобів торговельної реклами.
3. Демонстраційні засоби реклами. Зображувально-словесні засоби реклами.
4. Планування реклами. Рекламні кампанії.
5. Ефективність реклами. Контроль та ревізія рекламної діяльності.

Теми семінарських занять

1. Розвиток рекламної діяльності.
2. Психологічні основи реклами.
3. Планування реклами.
4. Ефективність реклами.