



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Рекламний бізнес як сфера послуг»**

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма семестрового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра маркетингу, 1 корпус, 4 пов., ауд. 413, тел. (057) 702-02-65 (3-66), сайт кафедри: <a href="https://dom.hneu.edu.ua/">https://dom.hneu.edu.ua/</a>
Викладач (-і)	Белікова Надія Володимирівна, професор, доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:nadezdabelikova@gmail.com">nadezdabelikova@gmail.com</a>
Дні навчальних занять	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
Мета навчальної дисципліни: є формування у студентів компетентностей щодо планування та реалізації ефективної діяльності підприємств на ринку рекламних послуг та формування практичних навичок обґрунтування різних видів рекламної діяльності підприємств.	
<b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b>	
<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
-	-
-	-
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи ведення рекламного бізнесу в сфері послуг.	
Тема 1. Ринок послуг: основні закономірності та тенденції розвитку.	
Тема 2. Рекламна діяльність на ринку послуг.	
Тема 3. Організація ефективної маркетингової діяльності на ринку послуг.	
Тема 4. Інструментарій рекламного бізнесу у сфері послуг.	
Тема 5. Стратегічне управління рекламним бізнесом у сфері послуг.	
Тема 6. Брендинг як ефективна стратегія успіху на ринку рекламних послуг.	
Змістовий модуль 2. Оцінка ефективності рекламної діяльності підприємства.	
Тема 7. Оцінка ефективності рекламної діяльності.	
Тема 8. Стратегія і тактика маркетингової діяльності у сфері рекламних послуг.	
Тема 9. Класична та креативна реклама.	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>	
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM	
<b>Форми та методи оцінювання</b>	
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.	



Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, творче завдання, домашні завдання, дискусія, мультимедійна презентація, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***