


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
**Факультет журналістики**  
**Кафедра теорії і практики журналістики**

**Затверджено**  
на засіданні кафедри теорії і практики  
журналістики факультету журналістики  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка  
(протокол № 2 від 31.08. 2022 р.)

В. о. завідувача кафедри  
проф. Михайло ПРИСЯЖНИЙ



**Силабус з навчальної дисципліни**  
**«Теорія і практика реклами»,**  
**що викладається в межах**  
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ЖУРНАЛІСТИКА»**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**для здобувачів зі спеціальності 061 – журналістика**

Львів 2022 р.

<b>Назва дисципліни</b>	<b>Теорія і практика реклами</b>
<b>Адреса викладання дисципліни</b>	Львів, вул. Генерала Чупринки,49
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Факультет журналістики, кафедра теорії та практики журналістики
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	галузь знань: 06 «Журналістика та інформація», спеціальність: 061 «Журналістика»
<b>Викладачі дисципліни</b>	Васьківський Юрій Петрович, к. філол. наук, доцент, доцент кафедри теорії та практики журналістики
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="mailto:yurii.vaskivskyy@lnu.edu.ua">yurii.vaskivskyy@lnu.edu.ua</a> <a href="mailto:vaskivskyy@gmail.com">vaskivskyy@gmail.com</a> вул. Чупринки,
<b>Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються</b>	Четвер , 14:00-16:40 год., Факультет журналістики, кафедра теорії та практики журналістики, ауд. 202
<b>Сторінка курсу</b>	<a href="https://journ.lnu.edu.ua/">https://journ.lnu.edu.ua/</a>
<b>Інформація про дисципліну</b>	«Теорія і практика реклами» - вибіркова навчальна дисципліна. Навчальна дисципліна викладається в 2 семестрі в обсязі 3,5 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
<b>Коротка анотація дисципліни</b>	Дисципліна «Теорія і практика реклами» забезпечує формування у майбутніх фахівців – сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі реклами, набуття практичних навичок щодо проведення досліджень інформаційного ринку, планування та організації рекламної діяльності, контролювання її результатів.
<b>Мета та цілі дисципліни</b>	<p><b>Метою курсу «Теорія і практика реклами» є ознайомлення студентів з теоретико-методологічними, історичними та організаційно-методичними основами рекламної діяльності, вивчення впливу реклами на світову економіку і економіку України, з'ясування ролі реклами у формуванні суспільства, а також встановлення обмежень, якими суспільство оберігає себе від маніпуляцій в рекламі. У процесі вивчення курсу студенти знайомляться з характером і методами роботи фахівців рекламної справи, дізнаються про можливості, які відкриває перед нами ця сфера.</b></p> <p>Для досягнення мети поставлені такі основні <b>цілі</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-актуалізувати знання студентів про основні концепції маркетингу та просування товару від товаровиробника до споживача, а також підходи до вивчення реклами та PR як соціокультурного явища й інструменту соціально-психологічного впливу на споживчу поведінку;</li> <li>- познайомити студентів зі структурою і динамікою ринку реклами та PR, сучасною практикою використання реклами та PR у діяльності підприємств і організацій;</li> <li>-дати уявлення про міждисциплінарний характер навчальної дисципліни, продемонструвати його на прикладі рекламно-комунікаційних компаній, проектно-дослідницьких розробок з проблематики споживчої поведінки та впливу на нього реклами;</li> <li>-створити умови для розвитку у студентів навичок аналізу, планування, проектування, необхідних для створення базових навичок щодо здійснення діяльності на посаді співробітника маркетингового (рекламного та PR) відділу або рекламної компанії, діяльність якого</li> </ul>

	спрямована на вирішення проблем розвитку комерційних і некомерційних компаній засобами реклами.
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	<p><b>Базова</b></p> <p>1. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a></p> <p>2. Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a></p> <p>3. Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. - СПб.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklami-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklami-uchebnik-pod-red.html</a></p> <p><b>Допоміжна</b></p> <p>4. Васьківський Ю.П., Кіца М.О. Патогенність рекламного тексту в українському медіапросторі: шляхи викорінення. Вісник Львівського університету імені Івана Франка. Серія: Журналістика. 2012. Вип. 36. С. 352–357. URL : <a href="http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/4763/4790">http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/4763/4790</a></p> <p>5. Васьківський Ю.П. Реклама як чинник зміцнення іміджу друкованих ЗМІ. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду: [зб. наук. пр.] НАН України. ДУ "Ін-т регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАНУ"; редкол.: В.С. Кравців (відп. ред.). Львів, 2016. Вип. 3 (119). С. 38 - 44.</p> <p>6. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. Вінниця, 2015. 165 с. URL : <a href="http://przhyt.ucoz.ua/">http://przhyt.ucoz.ua/</a></p> <p>7. Сиволовська О.В. Рекламний креатив: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2016. – 192 с. <a href="http://lib.kart.edu.ua/bitstream/20183.pdf">http://lib.kart.edu.ua/bitstream/20183.pdf</a></p> <p>8. Жарлінська Р. Г., Морозова Ю. О. Реклама в міжнародному маркетингу: стратегії стандартизації та адаптації. 2010. URL : <a href="http://www.rusnauka.com/ /36_PWMN_2010/ Economics/76396.doc.htm">http://www.rusnauka.com/ /36_PWMN_2010/ Economics/76396.doc.htm</a></p> <p><b>Інтернет-ресурси</b></p> <p>9.Інтер <a href="http://inter.ua/ru/">http://inter.ua/ru/</a></p> <p>10.1+1 <a href="http://www.1plus1.ua/">http://www.1plus1.ua/</a></p> <p>11. ТРК Україна <a href="http://kanalukraina.tv/">http://kanalukraina.tv/</a></p> <p>12. ZIK <a href="http://zik.ua/">http://zik.ua/</a></p>
<b>Обсяг курсу</b>	<p>Денне навчання: Загальний обсяг курсу 105 год., з них: 32 год. лекційних занять, 16 год. практичних занять та 57 год. самостійної роботи.</p> <p>Заочне навчання: Загальний обсяг курсу 105 год., з них: у першому семестрі 10 год. лекційних занять, 2 год. практичних занять та 18 год. самостійної роботи; у другому семестрі 75 год. самостійної роботи.</p>
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p><b>Вимоги до знань і умінь</b></p> <p>- <b>знати:</b> основні поняття, тлумачення і терміни реклами та паблік рилейшнз; принципи, функції та завдання реклами і PR у бізнесі; типи, категорії, види реклами та паблік рилейшнз і їхні форми та жанри; регулювання реклами і зв'язків із громадськістю; ринок реклами та</p>

	<p>зв'язків із громадськістю; вітчизняні й міжнародні фестивалі з реклами та паблік рилейшнз; діяльність підрозділів і учасників PR-рекламного ринку та бізнесу; стандарти професії та вимоги до працівників у галузі реклами і зв'язків із громадськістю;</p> <p>- <b>вміти:</b> визначати рекламу та паблік рилейшнз; формувати ефективні рекламні та PR-комунікації; застосовувати види, форми реклами та PR для просування певних ринкових об'єктів; складати стратегічні й тактичні плани рекламної та PR-комунікації; планувати і проводити заходи рекламної та PR-комунікації; виконувати посадові функції менеджерів реклами та зв'язків із громадськістю.</p>
<b>Ключові слова</b>	Реклама, інформаційний ринок, комунікації, інформаційна технологізація суспільства, міжнародна реклама, дизайн в рекламі.
<b>Формат курсу</b>	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем даної дисципліни.
<b>Теми</b>	Див. Схема курсу
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Залік в кінці семестру
<b>Пререквізити</b>	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з журналістикознавчих зокрема та філологічних дисциплін загалом, достатніх для сприйняття категоріального апарату бакалавра зі спеціальності 061 журналістика
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	Презентація, лекція, дискусія. Практичні заняття проводяться з використанням інтерактивних форм і методів навчання (ситуаційні вправи, робота в парах, малих групах, рольові ігри та ін.).
<b>Необхідне обладнання</b>	Комп'ютер, мультимедійний проектор, доступ до мережі Інтернет, ноутбук, мобільний телефон чи планшет.
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <p>40 балів – усні відповіді на практичних заняттях та участь у дискусіях; 30 балів – презентація рекламної організації; 30 балів - письмові роботи: очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (презентації).</p> <p><b>Академічна доброчесність</b> є обов'язковою умовою зарахування завдань. Відсутність посилань на використані джерела, будь-яке фабрикування, джерел, плагіат будь-якої частини тексту є проявом академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Оцінюванню підлягають лише оригінальні дослідженнями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p><b>Відвідування занять</b> є важливою складовою навчання. Слухачі в обов'язковому порядку повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Студенти зобов'язані дотримуватися усіх термінів, що визначені для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених цією дисципліною.</p> <p><b>Література.</b> Усю літературу для забезпечення вивчення дисципліни студенти опрацьовують самостійно. Заохочується до використання також й інша література та джерела, яких немає у переліку рекомендованих.</p> <p><b>Політика виставлення балів.</b> Враховуються бали, набрані на практичних заняттях; бали за презентацію рекламної організації; бали за письмові роботи. При цьому обов'язково враховуються присутність на</p>

	заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов'язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.
<b>Опитування</b>	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

### Схема курсу «Теорія і практика реклами»

Тиж. год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література та інтернет ресурси	Завдання, год	Термін виконання (тиж)
1-2 Тиж день	<p><b>Тема 1. Характеристика інформаційного ринку</b></p> <p>1.Реклама і економіка: взаємовпливи і взаємозалежність.</p> <p>2.Реклама в системі маркетингу.</p> <p>3.Реклама як джерело отримання прибутків.</p> <p>4.Реклама як спроба зрозуміти читача, глядача, слухача, користувача і задовільнити їх потреби в умовах ринку.</p>	Лекція / Практичне заняття (4/2 год)	<p>1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a></p> <p>2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a></p> <p>3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СПб.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html</a></p>	<p>Аналіз реклами в системі маркетингу, реклами як джерела отримання прибутків, як спроби зрозуміти читача, глядача, слухача, користувача і задовільнити їх потреби в умовах ринку. (5 год)</p>	тиждень
	<p><b>Тема 2. Реклама – масове мистецтво. Історичні корені сучасної реклами</b></p> <p>1.Подібність і відмінність протореклами і сучасних засобів налагодження комерційної комунікації.</p> <p>2.Повідомлення в аста diurna як прообраз реклами в засобах мавової інформації.</p>			<p>Аналіз історичних коренів сучасної реклами та давньо римські графіті як засіб комерційних комунікацій. (письмова робота або презентація) (5 год)</p>	тиждень

	3.Давньоримські графіті як засіб комерційних комунікацій.				
3-4 Тиж день	<p><b>Тема 3. Соціально-правові аспекти рекламної діяльності</b></p> <p>1.Тактичний контроль за досягненням оптимальних варіантів рекламних звернень, засобів їх розповсюдження, каналів комунікацій і рекламоносіїв.</p> <p>2.Соціально-правові аспекти рекламної діяльності</p>	Лекція / Практичне заняття (4/2 год)	<p>1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a></p> <p>2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a></p> <p>3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СПб.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html</a></p>	Освоєння соціально-правових аспектів рекламної діяльності. Аналіз контролю за досягненням оптимальних варіантів рекламних звернень, засобів їх розповсюдження, каналів комунікацій і рекламоносіїв. (5 год)	тиждень
	<p><b>Тема 4. Реклама як комунікативний процес.</b></p> <p>1.Реклама як один з видів соціальної комунікації.</p> <p>2.Кодування в рекламній комунікації.</p> <p>3.Основні напрями семіотики: синтактика, семантика, прагматика.</p>			Аналіз реклами як одного з видів соціальної комунікації, кодування в рекламній комунікації. Підготувати презентації, письмові роботи. ( 5 год)	тиждень
5-6 Тиж день	<p><b>Тема 5. Класифікація рекламних засобів, критерії вибору оптимального засобу розповсюдження.</b></p> <p>1.Реклама в пресі.</p> <p>2.Рейтинг, наклад, обсяг реалізації.</p> <p>3.Друкована (поліграфічна) реклама.</p> <p>4.Екранна реклама.</p>	Лекція / Практичне заняття (4/2 год)	<p>1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a></p> <p>2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a></p> <p>3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СПб.: 528 с., 2006. URL :</p>	Вивчити класифікаційні ознаки рекламних засобів. Аналіз критеріїв вибору оптимального засобу розповсюдження . Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)	тиждень

	<p><b>Тема 6. Творчий підхід до складання рекламних текстів.</b></p> <p>1.Процес інформаційного і емоційного наповнення рекламної комунікації.</p> <p>2.Види креативу за критерієм необхідності ілюстрування – дизайнерський, попірайтерський, змішаний.</p>		<p><a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamuyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamuyi-uchebnik-pod-red.html</a></p>	<p>Аналіз творчого підходу до складання рекламних текстів, видів креативу за критерієм необхідності ілюстрування – дизайнерський, попірайтерський, змішаний.</p> <p>Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)</p>	тиждень
7-8 Тиж день	<p><b>Тема 7. Відділ реклами</b></p> <p>1.Завдання рекламного відділу компанії і ЗМІ.</p> <p>2.Менеджер з реклами, менеджер, що працює з клієнтами, менеджер з розміщення реклами. Її завдання, відмінності і взаємодія.</p>	Лекція / практичне заняття (4/2 год)	<p>1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a></p> <p>2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a></p> <p>3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. Спб.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamuyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamuyi-uchebnik-pod-red.html</a></p>	<p>Аналіз завдань рекламного відділу компанії і ЗМІ.</p> <p>Аналіз роботи менеджера з реклами, менеджера, що працює з клієнтами, менеджера з розміщення реклами.</p> <p>Проаналізувати їх відмінності та взаємодію.</p> <p>Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)</p>	тиждень
	<p><b>Тема 8. Бренд: побудова та ідентифікація</b></p> <p>1.Функції та ролі, що відіграють бренди для споживачів та виробників.</p> <p>2.Ідентифікація бренда ЗМІ.</p>			<p>Вивчити функції та роль, що відіграють бренди для споживачів та виробників.</p> <p>Освоєння особливостей ідентифікація бренда ЗМІ.</p> <p>Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)</p>	тиждень
9-10 Тиж день	<p><b>Тема 9. Стратегія просування і розроблення рекламної стратегії</b></p>	Лекція / Практичне заняття (4/2 год)	<p>1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL :</p>	<p>Дослідження стратегія просування і розроблення рекламної стратегії.</p>	тиждень

	1.Формування комплексу просування рекламної стратегії. 2.Особливості та етапи розроблення рекламної стратегії.		<a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a> 2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a> 3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СІБ.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html</a>	Аналіз особливості та етапи розроблення рекламної стратегії. Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)	
11-12 Тижень	<b>Тема 10. Міжнародна реклама.</b> 1.Розвиток і статус міжнародної реклами. 2.Управління міжнародною рекламою.	Лекція / практичне заняття (4/2 год)	1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a> 2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a> 3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СІБ.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html</a>	Аналіз міжнародної реклами. Дослідження розвитку і статусу міжнародної реклами. Аналіз управління міжнародною рекламою. Підготувати презентації, письмові роботи. (5 год)	тиждень
13-14 Тижень	<b>Тема 11. Дизайн в рекламі</b> 1.Процес розробки друкованого рекламного матеріалу. 2.Дизайн і макет. 3.Стадії дизайну. 4.Вісім законів дизайну.	Лекція / Практичне Заняття (4/2 год)	1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf</a> 2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf</a> 3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СІБ.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html</a>	Аналіз процесу розробки друкованого рекламного матеріалу. Вивчення стадій дизайну. Підготувати презентації, письмові роботи. (4 год)	тиждень

			учebnik-pod-red.html		
15-16 Тиж день	<b>Тема 12. Ефективність рекламної діяльності</b> 1.Прогнозування результатів і контролювання проведення рекламної кампанії. 2.Контролювання ефективності рекламного звернення.	Лекція / Практичне заняття (4/2 год)	1.Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. URL : <a href="http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/Reklam_menedzh_2018.pdf">http://marketing.kpi.ua/files/studentam/ / metodichki/ Reklam_menedzh_2018.pdf</a> 2.Карпчук Н.П. Теорія та практика міжнародної реклами: методичні рекомендації. – Луцьк, 2013. 16 с. URL : <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/153579596.pdf">https://core.ac.uk/download/ pdf/153579596.pdf</a> 3.Михайлова В. А.. Теорія і практика реклами. Підручник / За ред. Тулупова В. В. СПб.: 528 с., 2006. URL : <a href="http://rua.pp.ua/teoriya-praktika-reklamyi-uchebnik-pod-red.html">http://rua.pp.ua/teoriya-praktika- reklamyi- uchebnik-pod-red.html</a>	Дослідження Ефективності рекламної діяльності, ефективності рекламного звернення. Підготувати презентації, письмові роботи. (3 год)	тиждень