


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 № 1 від 29 серпня 2023 р.)

  
В.Б. завідувача кафедри –  
доц. Мар'ян ЛОЗИНСЬКИЙ

**Силабус з навчальної дисципліни**

**«Рекламний менеджмент»  
що викладається в межах**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«ЖУРНАЛІСТИКА»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти  
для здобувачів зі спеціальності 061 – журналістика**

**Львів – 2023**

**СИЛАБУС КУРСУ**

**СИЛАБУС КУРСУ**  
**«Рекламний менеджмент»**

<b>Назва дисципліни</b>	<b>«Рекламний менеджмент»</b>
<b>Адреса викладання дисципліни</b>	м. Львів, вул. Генерала Чупринки, 49
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Факультет журналістики, кафедра теорії і 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 кафедри теорії і практики журналістики
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="mailto:yurii.vaskivskyy@lnu.edu.ua">yurii.vaskivskyy@lnu.edu.ua</a> м. Львів, вул. Генерала Чупринки, 49
<b>Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються</b>	Четвер , 14:00-16:40 год., Факультет журналістики, кафедра теорії і практики журналістики, ауд. 202
<b>Сторінка курсу</b>	<a href="https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/reklamnyjmenegment.pdf">https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/09/reklamnyjmenegment.pdf</a>
<b>Інформація про дисципліну</b>	Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання, обов'язкові для того, щоб формувати у майбутніх магістрів розуміння суті та інструментарію рекламування, що дає змогу визначити поняття сучасного рекламного менеджменту як керування рекламною діяльністю.
<b>Коротка анотація дисципліни</b>	Дисципліна «Рекламний менеджмент» є вибірковою дисципліною 1 «Менеджмент і реклама в медіа», забезпечує формування у магістрів, майбутніх фахівців, сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі рекламного менеджменту, набуття практичних навичок щодо проведення рекламних досліджень ринку ЗМІ, планування та організації рекламної діяльності, контролювання її результатів. Навчальна дисципліна входить до циклу дисциплін професійної та практичної підготовки та виноситься на державну атестацію, яка викладається в I семестрі в обсязі 4 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
<b>Мета та цілі дисципліни</b>	<b>Метою</b> курсу «Рекламний менеджмент» є показ місця та ролі реклами в системі маркетингу ЗМІ, виховання ставлення до організації реклами, як до серйозного, складного мистецтва, а також наукового обґрунтування проведення рекламних кампаній і підвищення їх ефективності. <b>Завдання</b> курсу «Рекламний менеджмент» є навчання майбутніх спеціалістів і магістрів журналістики відповідних засобів і навичок рекламного бізнесу з таких напрямків, як а) розробка тактичних і стратегічних планів рекламної діяльності; б) використання наукових методів дослідження власної аудиторії і ринку рекламодавців, потенційних покупців рекламної площі і ефірного часу; в) розробка бізнес-плану та бюджету рекламної кампанії; г) використання для створення реклами сучасних технічних засобів; д) розробка політики „паблік рілешнз”.
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	Основна література 1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ : Центр

	<p>учбової літератури, 2013. 392 с.</p> <p>2. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.</p> <p>3. Закон України «Про рекламу» від 23.12.2015. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2016. № 4. Ст. 44.</p> <p>4. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент. Київ : Вид-во КНЕУ, 2003. 440 с.</p> <p>5. Мельникович О. М. Рекламний бізнес : менеджмент маркетингу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 358 с.</p> <p>6. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.</p> <p>7. Морохова В. О., Здрілюк В. Б., Лорві І. Ф. Паблікрілейшнз : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 204 с.</p> <p>8. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібник. Київ : Атіка, 2009. 328 с.</p> <p>9. Ромат Е. В. Реклама в системі маркетингу. Київ: Студцентр, 2008. 480 с.</p> <p>10. Телетов О. С. Рекламний менеджмент : підручник ; 2-ге вид., випр. Суми : Університетська книга, 2012. 367 с. 6</p> <p>11. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2012. 231 с.</p> <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси в мережі Інтернет</p> <p>12. Всеукраїнська рекламна коаліція : веб-сайт. URL : <a href="http://vrk.org.ua/">http://vrk.org.ua/</a>.</p> <p>13. Ресурси в Інтернеті: Маркетинг, Продажі, Реклама : веб-сайт. URL : <a href="http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15">http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15</a>.</p> <p>14. Реклама та піар – КРАПКА : веб-сайт. URL : <a href="https://krapka.rv.ua/reklamata-piar/">https://krapka.rv.ua/reklamata-piar/</a>.</p> <p>15. Глосарій сфери інтернет-реклами ІНАУ : веб-сайт. URL : <a href="https://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy">https://inau.ua/proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy</a>.</p> <p>16. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL : <a href="http://uam.in.ua">http://uam.in.ua</a>.</p> <p>17. Незалежний інформаційний проєкт про маркетинг «Правильний маркетинг» : веб-сайт. URL : <a href="http://4p.net.ua">http://4p.net.ua</a>.</p> <p>18. Маркетинг очима світил науки : веб-сайт. URL : <a href="http://bredmarketing.bigmir.net">http://bredmarketing.bigmir.net</a>.</p> <p>19. Блог експериментального маркетингу : веб-сайт. URL : <a href="http://www.kul-blog.com">http://www.kul-blog.com</a>.</p> <p>20. Журнал «M.A.D.E.» : веб-сайт. URL : <a href="http://www.made.com.ua">http://www.made.com.ua</a>.</p>
<p><b>Тривалість курсу</b></p>	<p>4 кредити, загальний обсяг 120 год. З них – 32 год. аудиторних занять (16 год. лекцій, 16 год. практичних занять, 88 год. – самостійна робота).</p>
<p><b>Очікувані результати навчання</b></p>	<p><b>Інтегральна компетентність</b> Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі журналістики, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій у професійній діяльності та характеризується комплексністю та невизначеністю умов і вимог.</p> <p><b>Загальні компетентності (ЗК)</b> ЗК 01. Здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел. ЗК 03. Здатність працювати в команді, вміти мотивувати людей та досягати спільних цілей. ЗК 07. Здатність до розробки проєктів, зокрема медіапроєктів та управління ними.</p> <p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b> СК 02. Здатність до фахового аналізу світових та національних медіатенденцій.</p>

	<p>СК 06. Здатність до фахового аналізу контенту сучасних українських медіа.</p> <p><b>Програмні результати навчання</b></p> <p>ПРН 04. Планувати та проводити ефективні медіадослідження, вдало застосовуючи методи та технології, а також оцінювати проблеми досліджень сучасних медій.</p> <p>ПРН 05. Вміти системно і критично осмислювати проблеми в галузі журналістики, зокрема контент українських медіа.</p> <p>ПРН 09. Створювати власний мультимедійний контент в соціальних медіа, вміти просувати його відповідно до журналістських стандартів.</p> <p>ПРН 10. Володіти навичками зі створення та промоції кросмедійного контенту (вміння працювати з різною цільовою аудиторією від TikTok до Instagram)</p> <p>ПРН 13. Аналізувати та узагальнювати національні та світові медіатенденції в умовах нових викликів.</p>
<b>Ключові слова</b>	ЗМІ, реклама, рекламний менеджмент, рекламна інформація.
<b>Формат курсу</b>	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем даної дисципліни.
<b>Теми</b>	<p>Теми лекцій (16 год)</p> <p>Тема 1. Особливості інформаційного бізнесу в Україні</p> <p>Тема 2. Основні класифікаційні ознаки рекламного менеджменту</p> <p>Тема 3. Механізм дії реклами</p> <p>Тема 4. Реклама як ефективний інструмент маркетингу</p> <p>Тема 5. Творчі підходи до підвищення рекламного впливу на аудиторію</p> <p>Тема 6. Рекламний креатив</p> <p>Тема 7. Рекламне дослідження ринку</p> <p>Тема 8. Сучасна теорія корпоративної реклами і робота менеджера з реклами</p> <p>Тема 9. Рекламні агенції: розробка та виготовлення рекламних звернень, планування рекламних кампаній</p> <p>Тема 10. Реклама і українське суспільство. Глобальні риси маркетингу і реклами</p>
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Іспит у кінці семестру
<b>Пререквізити</b>	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких навчальних дисциплін як «Організація роботи в медіа», «Теорія і практика реклами», «Соціальні комунікації та комунікаційні технології»
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	<p>При читанні лекцій використовується мультимедійна презентація, Microsoft Teams, ZOOM.</p> <p>Практичні заняття проводяться з використанням інтерактивних форм і методів навчання (ситуаційні вправи, робота в парах, малих групах, рольові ігри, підготовка рекламних проектів та ін.).</p>
<b>Необхідне обладнання</b>	Викладання курсу вимагає мультимедійного забезпечення.
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• практичні заняття: максимальна кількість балів <u>40</u></li> <li>• індивідуальна науково-дослідна робота: максимальна кількість балів <u>10</u></li> <li>• іспит/залік: 50% семестрової оцінки. Максимальна кількість балів <u>50</u></li> </ul> <p>Підсумкова максимальна кількість балів <u>100</u></p> <p><b>Письмові роботи:</b> Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт (реферати, вирішення ситуаційних вправ, кейсів).</p> <p><b>Академічна доброчесність:</b> Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилок</p>

	<p>на використанні джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</p> <p><b>Відвідання занять</b> є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.</p> <p><b>Література.</b> Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.</p> <p><b>Політика виставлення балів.</b> Враховуються бали набрані на практичних заняттях, поточному тестуванні, самостійній роботі. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
<b>Питання до екзамену.</b>	<p>Наводиться перелік питань та завдань для проведення підсумкової оцінки знань, зразок екзаменаційного білета, перелік тестових завдань. З навчально методичним комплексом з даної дисципліни можна ознайомитись на сайті факультету: <a href="http://journ.lnu.edu.ua">journ.lnu.edu.ua</a></p>
<b>Опитування</b>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

**«Рекламний менеджмент»**

Тиж	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література	Завдання, год	Термін виконання (тиж)
1	Тема 1. Особливості інформаційного бізнесу в Україні 1. Реклама та маркетинг. 2. Рекламний менеджмент: сутність, цілі, завдання. Цілі, завдання та структура курсу 3. Сучасна рекламна практика ЗМІ. 4. Організація рекламної справи. Співпраця з рекламними агенціями.	Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота	1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент: навчальний посібник. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 236 с.	Ознайомлення з теоретичними основами рекламного менеджменту	1-2 тижень
2	Тема 2. Основні класифікаційні ознаки рекламного менеджменту 1. Рекламування – реклама як процес. 2. Реклама як продукт.	Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота	1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент: навчальний посібник. Луцьк: Вежа-Друк,	Вивчення класифікаційних ознак рекламного менеджменту. Ознайомлення з рекламою як продуктом.	3 тижень

			2018. 236 с.		
3.	<p>Тема 3. Механізм дії реклами</p> <p>1.Реклама – інструмент маркетингу.</p> <p>2.Рекламна інформація.</p> <p>3.Види комерційних передумов: переваги.</p> <p>4.Функція реклами.</p> <p>5.Сильні сторони реклами</p>	<p>Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота</p>	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.</p> <p>2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.</p>	<p>Дослідити механізм дії реклами, рекламу як інструмент маркетингу</p>	4-5 тиждень
4	<p>Тема 4. Реклама як ефективний інструмент маркетингу</p> <p>1.Реклама як цілеспрямований інформативний вплив на споживача.</p> <p>2.Завдання менеджера.</p> <p>3.Оцінка роботи мас-медіа.</p> <p>4.Ефективність реклами:</p> <p>5.Творчі підходи до створення рекламного звернення.</p>	<p>Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота</p>	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.</p> <p>2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.</p>	<p>Дослідити ефективність реклами. Використовуючи індивідуальні творчі підходи підготувати рекламне звернення</p>	6-7 тиждень
5	<p>Тема 5. Творчі підходи до підвищення рекламного впливу на аудиторію</p>	<p>Лекція, практичне заняття, індивідуальна</p>	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О.</p>	<p>Ознайомитись з творчими підходами</p>	8-9-тиждень

	<p>1. Використання психологічних категорій.</p> <p>2. Прийоми сприйняття</p> <p>3. Передумови розуміння рекламного звернення</p> <p>4. Принципи збереження</p> <p>5. Частота рекламного звернення.</p>	<p>науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота</p>	<p>Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.</p> <p>2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.</p>	<p>и до підвищення рекламного впливу на аудиторію</p>	
6	<p>Тема 6. Рекламний креатив</p> <p>1. Креативні тенденції.</p> <p>2. Порівняльна реклама.</p> <p>3. Рекламні образи.</p> <p>4. Вимоги до реклами.</p>	<p>Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота</p>	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.</p> <p>2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.</p>	<p>Дослідити рекламний креатив. Підготувати презентацію.</p>	10-11 тиждень
7	<p>Тема 7. Рекламне дослідження ринку</p> <p>1. Напрямки рекламного дослідження.</p> <p>2. Етапи рекламного дослідження.</p> <p>3. Цілі рекламного дослідження.</p>	<p>Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота</p>	<p>1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури,</p>	<p>На практиці провести рекламне дослідження ринку, виділити напрями,</p>	12-13 тиждень



			2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.	етапи, цілі	
8	Тема 8. Сучасна теорія корпоративної реклами і робота менеджера з реклами 1.Корпоративна реклама, суть та види. 2.Завдання менеджерів з реклами. 3.План і стиль класичної реклами, її мета.	Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота	1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.	Вивчити сучасну теорію корпоративної реклами і ознайомитись з роботою менеджера з реклами	14 тиждень
9	Тема 9. Рекламні агенції: розробка та виготовлення рекламних звернень, планування рекламних кампаній 1.Класифікація рекламних агенцій. 2.Значення PR у створення рекламних звернень 3.Довідник рекламоносіїв. 4.Особливості роботи медіа-баєрів.	Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота	1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний	Дослідити Рекламні агенції: розробку та виготовлення рекламних звернень, планування рекламних кампаній	15 тиждень

			менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.		
10	Тема 10. Реклама і українське суспільство. Глобальні риси маркетингу і реклами 1. Дослідження мотивації споживачів. 2. Вплив реклами на життєві цінності. 3. Етичні критерії реклами. 4. Напрями розвитку сучасної реклами. 4. Рекламні технології майбутнього.	Лекція, практичне заняття, індивідуальна науково-дослідна робота, робота в групах, самостійна робота	1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент . Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с. 2. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.	Досліди ти рекламу і українське суспільство, глобальні риси маркетингу і реклами	16 тиждень
				120	