

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами**

СИЛАБУС

РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ / ADVERTISING CREATIVE

Інформація про викладача	
Викладач	Якушевська Оксана Володимирівна
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	
Посада	Доцент кафедри маркетингу та реклами
Е-mail:	ksynia.82@ukr.net govorko_ov@vtei.com.ua
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, будинок 87, корпус 1, кабінет 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=222
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10-00 – 15-00 за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо.
Інформація про дисципліну	
Освітній ступінь	-
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	-
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	-
Факультет	-
Курс	-
Групи	-
Анотація курсу	Формування у здобувачів вищої освіти професійних компетентностей зі створення рекламних звернень, розробки та ефективного реалізації рекламних кампаній шляхом поєднання стандартних наукових підходів та творчого мислення. Предметом вивчення навчальної дисципліни є креативні процеси у рекламі.
Мова викладання	Українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	-
Перелік компетентностей:	визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї; розробляти креативні брифи; розробляти ідеї створення рекламних звернень залежно від завдань маркетингу, комунікативного обміну, соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії;

	<p>діагностувати існуючі стереотипи як у свідомості цільових аудиторій, так і у рекламі певних товарних категорій і м'яко відходити від них під час розробки ідеї;</p> <p>незаангажовано сприймати реальність і розробляти рекламні звернення з урахуванням сучасних наукових розробок та творчого переосмислення дійсності;</p> <p>використовувати сучасні комунікативні технології у створенні рекламних звернень;</p> <p>здійснювати дизайн реклами для різних носіїв на основі сучасних законів дизайну та ефективного використання його інструментарію;</p> <p>вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації для її розміщення залежно від маркетингових завдань;</p> <p>здійснювати контекстуальний аналіз рекламних звернень та рекламних кампаній конкурентів;</p> <p>оцінювати ефективність комунікативного впливу рекламних повідомлень;</p> <p>контролювати креативні процеси у рекламі на підприємстві.</p>
Програмні результати навчання:	<p>здатність правильно визначати потребу у рекламуванні товару, послуги чи ідеї;</p> <p>вміння створювати та використовувати власні креативні ідеї у розробці теле-, радіореклами, Інтернет-реклами та візуальної реклами;</p> <p>вміння користуватися технологічними прийомами креативу для реалізації конкретних завдань у сфері реклами;</p> <p>вміння здійснювати лінгвостилістичний аналіз рекламних звернень та якісно розробляти слоган;</p> <p>вміння оцінювати якість та ефективність реалізації рекламного креативу;</p> <p>проведення кількісних та якісних досліджень рекламного простору;</p> <p>здатність створювати та реалізовувати власні креативні рекламні проекти залежно від цілей маркетингу та соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії.</p>
Пререквізити дисципліни	–

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю
		Усього годин / кредитів	з них		
			лекції	практичні заняття	
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Сутність і значення креативу в рекламній та PR-комунікації	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ
Тема 2. Управління креативними процесами у рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 3. Розробка стратегії креативної рекламної кампанії	12	4	2	6	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 4. Поняття, зміст, основні цілі і структура рекламних брифів	12	2	4	6	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК

	Тема 5. Сучасні комунікативні технології у рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 6. «Формули» рекламного креативу	12	4	2	6	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 7. Застосування психологічних технологій у рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 8. Стилїстика та структуралїзм у рекламному креативї	12	2	4	6	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 9. Креативнї прийоми формування реклами	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 10. Технологїї творчого вирїшення рекламних та PR-завдань	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 11. Ігровї моделї і прийоми в рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 12. Мовна гра в рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 13. Манїпуляцїйнї технїки в шокуючїй і скандальнїй рекламі	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 14. Класичнї макети рекламних повїдомлень	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 15. Звукове та графїчне оформлення реклами	12	2	2	8	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Всього годин/кредитів	180/6	34	34	112	
	Підсумковий контроль – екзамен					
	<p>Умовнї позначення: УО - усне опитування; ІЗ – індивідуальне завдання; ПО – письмове опитування; СУН – система управління навчанням Moodle; Т – тестування; ДК – розрахунки та дослідження з використанням комп'ютера. Р – реферат;</p>					
Поточний контроль / критерїї оцїнювання	<p>1. За кожне лабораторне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів) 2. Самостїйна робота студента – 32 бали. Разом за семестр – 100 балів. На лабораторному заняттї оцїнюється (4 бали): - усна/письмова вїдповїдь студента – 1 бал; - правильнїсть розрахунків при розв'язаннї ситуацїйних завдань – 2 бали; - оформлення вїдповїдї (звїту) та його захист – 1 бал. Оцїнювання самостїйної роботи студента (32 бали): - пїдготовка наукових публїкацїй та участь з доповїдями на наукових конференцїях, семїнарах (10 балів); - виконання та презентацїя індивідуального завдання (14 балів); - робота в системї дистанцїйної освїти MOODLE – 8 балів.</p>					

Основні літературні та інформаційні джерела	<p>1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39.</p> <p>2. Вікарчук О. І., Калініченко О.О., Ніколаєнко С.М., Пойта І.О. Рекламний креатив: навчальний посібник. Житомир: Видавець «О. О. Євенок», 2018. 208 с.</p> <p>3. Савицька Н.Л., Прядко О.М., Михайлова М.В. Рекламний креатив. Опорний конспект лекцій. Х. ХДУХТ, 2015. 97 с.</p>
Політика дисципліни	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ.</p> <p>Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як система управління навчанням «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline / Face to face).</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені лекційні та практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем.</p> <p>Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; - конспект, в якому міститься домашня робота за відповідною темою; - довідку про проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН «MOODLE» з дисципліни «Рекламний креатив»; <p>Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.</p> <p>Умови допуску до підсумкового контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент – 35; - відпрацювати усі пропущені заняття; - не мати академічної заборгованості за попередній семестр. <p>У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.</p> <p>Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переводу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.</p>
Академічна доброчесність	<p>Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</p>
Інші складові політики дисципліни	<p>Усі завдання з дисципліни «Рекламний креатив» мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість</p>

	<p>студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.</p> <p>Дисципліна «Рекламний креатив» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів, які відсутні на заняттях - отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання.</p> <p>Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).</p>
--	---

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник

Оксана ЯКУШЕВСЬКА

Завідувач кафедри



Ірина ПОЛЩУК