

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри маркетингу

Куваєва Т.В. _____

«14» листопада 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Галузь знань	05 Соціально-поведінкові науки 07 Управління та адміністрування 24 Сфера обслуговування 29 Міжнародні відносини
Спеціальність	051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус	Вибіркова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	6-й семестр, 11-12 чверті
Мова викладання	українська

Викладач: доцент кафедри маркетингу Шинкаренко Н.В.

Пролонговано: на 20__ /20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__ /20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Рекламна діяльність» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2025. 14 с.

Розробник:

- Шинкаренко Наталія Валентинівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання;
- базові дисципліни (за наявності);
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм.

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	6
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	7
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	9
6.1. Шкали.....	9
6.2. Засоби та процедури	10
6.3. Критерії	11
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	15
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	15

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системних знань про теорію та практику рекламної діяльності, розвиток професійних умінь зі створення, планування, реалізації та оцінювання рекламних кампаній, а також здатності застосовувати креативні, комунікаційні та етичні підходи у рекламній діяльності з урахуванням потреб цільових аудиторій і сучасного медіасередовища.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
Шифр ДРН	Зміст
ДРН-01	Розуміти сутність реклами, її роль у системі маркетингових комунікацій та економіці України.
ДРН-02	Аналізувати тенденції розвитку рекламного ринку України та особливості функціонування рекламного бізнесу з урахуванням державного регулювання.
ДРН-03	Аналізувати організаційні структури рекламодавців і рекламних агенцій, інформаційне забезпечення рекламної діяльності.
ДРН-04	Вміти аналізувати реакцію споживачів на рекламу та інтерпретувати результати вимірювання ефективності впливу.
ДРН-05	Здійснювати сегментацію та конкретизацію рекламної аудиторії відповідно до стратегічних завдань кампанії.
ДРН-06	Формувати креативний бриф та обґрунтовувати вибір форми подання рекламного повідомлення.

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Базовими дисциплінами є освітні компоненти, що вивчалися здобувачами на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, які формують компетентності зі здатності до ініціативності, відповідальності та навичок щодо безпечної діяльності майбутнього профілю роботи.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	34	26	60	6	54
практичні	60	17	43	60	4	56
РАЗОМ	120	51	69	120	10	110

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН-01 ДРН-02	Тема 1. Суть реклами. Розвиток рекламної діяльності.	6
	1.1. Суть рекламного бізнесу.	
	1.2. Реклама в системі маркетингових комунікацій.	
	1.3. Державне регулювання рекламної діяльності.	
	1.4. Суть, розвиток та роль реклами в економіці України.	
	1.5. Ринок рекламних послуг України. Тенденції розвитку ринку реклами.	
ДРН-01 ДРН-03	Тема 2 . Управління рекламною діяльністю.	6
	2.1. Елементи системи управління рекламною діяльністю підприємства.	
	2.2. Характеристика системи інформаційного забезпечення рекламної діяльності.	
	2.3. Поняття системи організації рекламної діяльності.	
	2.4. Організаційні структури підприємств-рекламодавців.	
	2.5. Організаційні структури та функції рекламних агенцій.	
ДРН-03 ДРН-04	Тема 3. Моделювання впливу рекламної комунікації.	6
	3.1. Процес сприйняття рекламної комунікації.	
	3.2. Моделі впливу рекламної комунікації.	
	3.3. Вимірювання реакції споживачів на рекламу.	
ДРН-04 ДРН-05	Тема 4. Розроблення стратегії рекламної кампанії	8
	4.1. Місце реклами в стратегії просування	
	4.2. Визначення цілей рекламної кампанії.	
	4.3. Конкретизація рекламної аудиторії.	
ДРН-05 ДРН-06	Тема 5. Розроблення концепції рекламного повідомлення	8
	5.1. Етапи та принципи розроблення рекламного повідомлення.	
	5.2. Макро- та мікромоделі рекламного позиціонування.	
	5.3 Визначення форми подання рекламного повідомлення.	
	5.4. Креативний бриф..	
ДРН-04 ДРН-06	Тема 6. Креативні стратегії реклами.	6
	6.1. Креативні складові повідомлення та рекламної кампанії.	
	6.2. Розробка слогану.	
	6.3. Особливості сприйняття кольору в рекламі.	
	6.4. Основи композиції візуальних елементів рекламного повідомлення.	
	6.5. Правила створення рекламних повідомлень для різних носіїв.	
ДРН-05 ДРН-06	Тема 7. Розроблення медіа-стратегії рекламної кампанії.	8
	7.1. Загальна характеристика та стратегія використання медіа носіїв реклами.	
	7.2. Медіа стратегія: схеми охоплення ринку.	
	7.3. Основні показники медіа-планування.	
	7.4. Медіа-стратегія: ефективна частота.	
	7.5. Реалізація медіа планування: процедура та рекомендації...	
ДРН-05 ДРН-04	Тема 8. Визначення бюджету рекламної кампанії.	6
	8.1. Методи визначення бюджету рекламної кампанії.	
	8.2. Процедура планування бюджету рекламної кампанії.	

ДРН-04 ДРН-06	Тема 9. Визначення ефективності реклами.	6
	9.1. Принципи та напрями визначення ефективності рекламної кампанії.	
	9.2. Оцінювання ефективності результатів попередньої рекламної кампанії.	
	9.3. Визначення ефективності рекламного повідомлення.	
	9.4. Визначення ефективності медіа-стратегії.	
	9.5. Оцінювання результатів рекламної кампанії.	
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		60
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03 ДРН-05 ДРН-05 ДРН-06	Тема 1. Алгоритм формування та реалізації рекламної діяльності підприємства: визначення стадії життєвого циклу та ринкового позиціонування.	8
	Тема 2. Алгоритм формування та реалізації рекламної діяльності підприємства: SWOT – аналіз, генерація та формування маркетингової комунікаційної стратегії.	8
	Тема 3. Визначення та формулювання цілей та завдань рекламної діяльності.	8
	Тема 4. Формулювання та відображення сутності та виразності мети рекламної діяльності у рекламних повідомленнях - advertising messages до цільової аудиторії.	8
	Тема 5. Визначення ключової мети заходів комунікаційної платформи communication-mix рекламної діяльності по кожній окремій рекламній функції	8
	Тема 6. Створення Schedule Ad Flights - медіа-плану рекламної діяльності.	8
	Тема 7. Створення графіку плану/факту використання бюджету рекламної діяльності.	6
	Тема 8. Визначення показників ефективності рекламної діяльності по ключовим її аспектам.	6
РАЗОМ		120

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні запитання за кожною темою	відповідь на запитання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові

дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
діяльності та/або навчання	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень,	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	- точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтовних навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39 - С.18 / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник / Т. Г. Діброва. – Київ :Видавничий дім «Професіонал», 2009. - 320 с.
3. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.
4. Дейнега, О., & Дейнега, І. (2023). СУЧАСНІ ТРЕНДИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ. Трансформаційна економіка, (1 (01), 15-20. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-1-3>
5. Реклама в Інтернеті: теоретичний аналіз та особливості / [Електронний науковий журнал Семіотичний простір, 2021, № 1]. – С. 75–90. – DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2021.01.075>
6. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2024 і прогноз об'ємів ринку 2025. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2024/ad-volume-2025.html>
7. Савицька Н. Л. Реклама в системі маркетингу: навчальне видання / Савицька Н. Л. Савицька, О. М. Прядко, К. С. Олініченко. – Харків : ХДУХтаТ, 2016. – 70 с.
8. Definition of Advertising / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/advertising>
9. Advertising / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/advertising>
10. Ries A. Positioning: The Battle for Your Mind / A. Ries, J. Trout.. – 213 с. – (McGraw Hill Professional).
11. Positioning: The Battle for Your Mind, by Al Ries & Jack Trout - Animated Book Summary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=Y7iQgdkOUuk>.
12. Траут Дж., Рівкін С. Диференціюйся або помри Виживання в епоху вбівчої конкуренції / Джек Траут, Стів Рівкін – Харків: Фабула, 2019. – 240 с.

13. Смолінська С.Д. Реклама як інструмент покращення фінансових результатів та формування іміджу компанії / С.Д. Смолінська, С.І. Моргун // Молодий вчений. – 2018. – №2(2). – С. 750-753.
14. Старостіна А. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. – 2017. – №1. – С. 4-9.
15. Godin Seth, This is Marketing. You Can't Be Seen Until You Learn To See / Seth Godin – London: Penguin, 2018. – 288 с.
16. Davies E., Smith N., Salter B., The Ultimate Marketing & PR Book / Eric Davies, Nick Smith, Brian Salter – London: John Murray Press, 2019. – 480 с.
17. Bhasin Hitesh, 10 Types of Advertising With Brands Example – on January 6, 2021 / Hitesh Bhasin / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.marketing91.com/types-of-advertising/>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Рекламна діяльність»

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування,
072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок,
075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація,
291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**

Розробник:

Наталія Валентинівна Шинкаренко

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ

у Національному технічному університеті

«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842

49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19