

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Кафедра маркетингу



«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Куваєва Т.В. 

«29» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини D Бізнес, адміністрування та право J Транспорт та послуги C7 Журналістика
Спеціальність	D5 Маркетинг J3 Туризм та рекреація
Освітній рівень.....	другий магістерський
Статус	вибіркова (фахова)
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	диференційований залік
Термін викладання	2-й семестр, 3 чверть
Мова викладання	українська

Викладачі: доц. 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

Робоча програма навчальної дисципліни «Рекламний менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальностей С7 Журналістика. D5 Маркетинг, ІЗ Туризм та рекреація / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2025. 12с.

Розробник:

– Шинкаренко Наталія Валентинівна – доцент, кандидат економічних наук, 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 вищої освіти 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.....	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	6
6.1 Шкали.....	7
6.2 Засоби та процедури	7
6.3 Критерії	8
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	11

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни полягає в освоєнні сучасних знань, теоретичних та практичних основ рекламного менеджменту та формуванні умінь та компетенцій для забезпечення володіння навичками розробки, ефективного розміщення рекламних повідомлень в рамках управління рекламними кампаніями.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)
	зміст
ДРН – 01	знати сутність, предмет, завдання та основні принципи рекламного менеджменту, складові та принципи функціонування рекламного ринку, чинники впливу на рекламу
ДРН – 02	володіти основними методами психологічного впливу реклами на споживача на різних типах ринку
ДРН – 03	вміти розробляти рекламну стратегію та планувати рекламну діяльність різних економічних суб'єктів, формувати бюджет та медіаплати рекламних кампаній
ДРН – 04	вміти розробляти креативну частину рекламних повідомлень
ДРН – 05	вміти розраховувати ефективність рекламних повідомлень, заходів; аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення
ДРН – 06	знати основні принципи управління рекламною діяльністю підприємства та застосовувати на практиці методи і принципи рекламування товарів і послуг

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Немає

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

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторн і заняття	самостійна робота	аудиторн і заняття	самостійна робота	аудиторн і заняття	самостійна робота
лекційні	60	18	42	-	-	4	56
практичні	60	18	42	-	-	4	56
контрольні заходи			-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	36	84	-	-	8	112

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ДРН - 01	1. Сутність і сфера рекламного менеджменту. Основні поняття. Реклама	6
	історія розвитку рекламного менеджменту	
	сутність рекламного менеджменту. Суб'єкти й об'єкт рекламного менеджменту	
	система функцій рекламного менеджменту	
	реклама в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. Класифікація реклами	
ДРН - 01	2. Рекламний ринок: ключові поняття. Регулювання рекламного ринку.	6
	ключові поняття рекламного ринку. Тенденції розвитку ринку рекламних послуг	
	структура ринку рекламного рекламного бізнесу: рекламодавці, цільова аудиторія впливу, рекламні агенції, медіа канали	
	правове забезпечення рекламної діяльності в Україні та світі	
	специфіка розміщення реклами в різних ЗМІ	
ДРН - 02	3. Реклама як спосіб психологічного впливу	6
	механізм впливу реклами на споживача	
	когнітивний напрям рекламного впливу	
	емоційний напрям рекламного впливу	
	поведінковий компонент рекламного впливу	
ДРН - 03	4. Розроблення рекламної стратегії. Планування та розробка рекламної кампанії	8
	види рекламних кампаній	
	розробка плану рекламної кампанії. Характеристика етапів РК	
	ситуаційний аналіз. Постановка цілей РК.	
	визначення рекламної стратегії	
ДРН - 03	5. Формування та розподіл рекламного бюджету	6
	основні підходи до формування рекламного бюджету підприємства	
	аналітичні методи формування рекламного бюджету	
	неаналітичні методи формування рекламного бюджету	
	процедура розподілу рекламного бюджету між інструментами	
ДРН - 02 ДРН - 04	6. Розроблення концепції рекламного повідомлення	6
	основні етапи розробки рекламного повідомлення	
	матриця пошуку тем комунікацій	
	визначення форми подання рекламного повідомлення	
	рекламна творчість (креатив)	
	креативні стратегії реклами	
	підходи до розробки слогану рекламної кампанії	
	колір в рекламі	
	особливості розробки рекламних повідомлень для різних носіїв	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ДРН - 01 ДРН - 03	7. Медіастратегія рекламної кампанії планування медіастратегії особливості розміщення реклами в різних ЗМІ типи графіків виходу реклами основні показники медіапланування	6
ДРН - 03 ДРН - 05	8. Оцінка ефективності рекламних кампаній. поняття ефективності рекламної діяльності методи оцінки економічної ефективності рекламної кампанії методи оцінки комунікативної ефективності рекламної кампанії ефективність рекламного повідомлення	8
ДРН - 06	9. Управління рекламною діяльністю підприємства види організаційних структур маркетингової діяльності на підприємстві організаційна структура рекламної служби: функції, права та обов'язки працівників рекламних служб принципи та форми організація рекламної діяльності рекламодавців основні принципи управління рекламною діяльністю підприємства	8
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ДРН - 01 ДРН - 02	1. Аналіз та розробка повідомлень відповідно до видів реклами в залежності від цілей	6
ДРН - 03	2. Аналіз особливостей засобів реклами на досліджуваному ринку	8
ДРН - 04 ДРН - 05	3. Аналіз рекламної діяльності досліджуваного підприємства. Визначення стратегії рекламного менеджменту підприємства.	8
ДРН - 06	4. Визначення мети рекламної кампанії. Вибір цільової аудиторії.	8
	5. Розроблення бюджету рекламного менеджменту підприємства. Розробка оптимізаційної економіко-математичної моделі розподілу бюджету на просування	6
	6. Визначення напрямів позиціонування марки в рекламному повідомленні. Обґрунтування та вибір засобів розповсюдження реклами	8
	7. Розробка концепції рекламованого товару або послуги. Теми комунікації. Підготовка рекламних звернень	8
	8. Оцінка ефективності рекламної кампанії	8
	РАЗОМ	120

6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgpuz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів 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 студентів 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/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів за вимогами НРК до 7-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 завдання за кожною темою	виконання завдання під час контрольних заходів	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середнього результату поточних контролів; виконання ККР за бажанням студента
практичні	захист практичних завдань	виконання завдань під час практичних занять		
	захист самостійних завдань	виконання завдань під час самостійної роботи		
	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час контрольних заходів		

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

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 екзамену 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.

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 магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання **для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК** **(магістр)**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	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
<i>Уміння/навички</i>		
♦ спеціалізовані	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; ♦ здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; ♦ здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	– формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими 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		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументація та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна	65-69

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; ♦ відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; ♦ здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; 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. При виконанні практичних та самостійних завдань студенти використовують графічний редактор Canva, відеоредактор Capcut.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Закон України «Про рекламу».
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. 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.
3. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент: Навч. Посібник. Харків: вид- во Іванченко, 2015. 169 с.: іл.
4. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: Підручник. Суми: ВТД "Університетська книга", 2009. 365 с.
5. Красовська О. Ю., Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В. Оптимізація міжнародних маркетингових комунікацій: синергія PR-кампаній, медіапланування та маркетингових досліджень // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". – 2025. – № 7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-7-11172>
6. Всеукраїнська рекламна коаліція. [Електронний ресурс] – URL: <http://www.adcoalition.org.ua/>
7. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с.
8. Крепак А.С. Медіапланування: класифікація показників [Текст]. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017. № 4. С. 123-132.
9. Крепак А. Телевізійна реклама: зважені рейтинги у медіаплануванні. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2017. № 1. С. 62 – 72
10. Лозовська Г. М. Оцінка ефективності медіапланування як складової управління рекламної діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 2(1). С. 149-153
11. Луцій О.П., Ларіна Я.С., Забуранна Л.В. Рекламний менеджмент: підручник. Рекомендовано до видання Вченою радою НУБІП України від 27 грудня 2017 р., протокол № 5. 307 с.
12. Електронний журнал НВ. Огляд рекламного ринку за 2020 р. URL: <http://surl.li/ailvw>
13. Окландер М.А. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: [монографія]. Авт. кол.: Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І [та ін.]; за ред. д. е. н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
14. Планування рекламної кампанії рекламним агентством. URL: leosvit.com/574
15. Проект «marketing.ua» : URL: <https://www.marketing-ua.com/>.
16. Рахман М. С., Маслій В. О., Кон'юнктура споживчого ринку реклами в Україні. Modern Economics. 2019. № 17(2019). С. 200-203.
17. 10 найкращих рекламних кампаній за 100 років. URL: <https://cutt.ly/PEHdgQ9>.
18. АРТПРОМ. Оператор рекламних рішень. URL: <https://artprom.com.ua/>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Рекламний менеджмент»

**для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальностей
С7 Журналістика, D5 Маркетинг та J3 Туризм та рекреація**

Розробниця:
Шинкаренко Наталія Валентинівна

У 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