

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Географічний факультет
Кафедра географії України

Затверджено

На засіданні кафедри географії України
географічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 4 від 03.02. 2023 р.)

Завідувач кафедри географії України
_Лозинський Р. М. _____

Силабус

З навчальної дисципліни вільного вибору студентів
(загально університетський вибір)
«МИСТЕЦТВО РЕКЛАМИ»,
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів усіх
спеціальностей університету в межах циклу загальної (гуманітарної та
соціально-економічної) підготовки

Львів – 2023 р.

Назва курсу	Мистецтво реклами
Адреса викладання курсу	вул. Дорошенка 41, 79005, Львів Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	географічний факультет, кафедра географії України
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Дисципліна вільного вибору студента (загальноуніверситетський вибір)
Викладачі курсу	Лозинський Роман Мар'янович, доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України
Контактна інформація викладачів	Корпоративна пошта: roman.lozynskyy@lnu.edu.ua Персональна сторінка: https://geography.lnu.edu.ua/employee/lozynskyy-roman-maryanovych Географічний факультет, вул. Дорошенка, 41, каб. 59
Консультації по курсу відбуваються	Вівторок: 15:05 – 16:40 (вул. Дорошенка, 41, каб. 59) Також проводяться он-лайн консультації в Microsoft Teams де створено команду з назвою курсу. Для погодження часу консультацій потрібно писати на електронну пошту викладача.
Сторінка курсу	https://geography.lnu.edu.ua/academics/bachelor/geography
Інформація про курс	Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання для того, щоб у них сформувалося цілісне уявлення про сучасну рекламно-інформаційну діяльність як частину комплексу маркетингових комунікацій.
Коротка анотація курсу	Курс “Мистецтво реклами” є вибірковою дисципліною для студентів бакалаврату, що навчаються за різними освітніми програмами університету на третьому році підготовки в II семестрі в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS). Зміст курсу зорієнтований на вивчення базових засад рекламної діяльності.
Мета та цілі курсу	Метою курсу є ознайомити студентів із основними закономірностями функціонування сучасної рекламної індустрії як унікального інструменту маркетингу, що встановлює, підтримує та розвиває комунікації між виробниками товарів та послуг з одного боку, й споживачами, посередниками, контактними аудиторіями та державними організаціями – з іншого. Цілі: розкрити сутність реклами як складової комплексу маркетингових комунікацій; навчити студентів розпізнавати найпоширеніші рекламні моделі та особливості їх використання; сформувати в студентів базові навички із створення рекламних звернень.
Література для вивчення дисципліни	1. Барден Ф. Код зламаного або наука про те, що змушує купувати / Барден Ф. – Х.: КСД, 2017. – 288 с. 2. Бергер Й. Заразливий. Технологія вірусного маркетингу / К.: Наш Формат, 2015. – 232 с. 3. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі / Бутенко Н. Ю. – К.: КНЕУ, 2006. – 384 с. 4. Види реклами в Інтернеті та її ефективність. URL: https://project-seo.net/uk/blog-uk/vydy-reklamy-v-interneti/ (дата звернення 17.03.2020). 5. Владимирська А. Реклама: навч. посіб. / Владимирська А. – К.: Кондор, 2006. – 334 с.

	<p>6. Войчак А. В. Маркетингові дослідження / Войчак А. В., Федорченко А. В. – К.: КНЕУ, 2007. – 408 с.</p> <p>7. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. / Френк Джефкінс. – К.: Знання, 2008. – 565 с.</p> <p>8. Житарюк М. Г. Реклама і зв'язки з громадськістю / М. ЖитВінниця, 2015. – 165 с.</p> <p>9. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг / Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2018. 352 с.</p> <p>10. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію / Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 352 с.</p> <p>11. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика / М. Житарюк. – К.: КНЕУ, 2009. – 419 с.</p> <p>12. Курс “Нативна реклама” на освітній платформі Prometheus. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:OSCE+NATIVEADS101+2018_T3/about (дата звернення 17.03.2020).</p> <p>13. Лозинський Р. М. Сучасні тренди в рекламуванні туристичних дестинацій / Р. Лозинський // Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні. – Львів, 2019. – С. 44–48. http://liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=4022</p> <p>14. Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / Мальченко В. М. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.</p> <p>15. Основи копірайтингу. URL: https://euprostit.org.ua/courses/lecture/127380 (дата звернення 17.03.2020).</p> <p>16. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності / Пазуха М. Д., Ігнатович М. В. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 176 с.</p> <p>17. Райс Е. Маркетингові війни / Райс Е., Траут Дж. – К.: Companion Group, 2006. – 256 с. http://booksonline.com.ua/view.php?book=169137</p> <p>18. Студія Дениса Каплунова. URL: https://kaplunoff.com/ (дата звернення 17.03.2020).</p>
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	Усього 32 год. аудиторних занять (з них 16 год. лекцій, 16 год. лабораторних робіт/практичних занять) та 58 год. самостійної роботи
Очікувані результати навчання	Після завершення цього курсу студент буде: знати: сутність рекламно-інформаційної діяльності як елемента маркетингової комунікації, види реклами, найвідоміші рекламні моделі, особливості використання головних засобів поширення реклами. вміти: самостійно приймати рішення про необхідність реклами, створювати рекламні звернення, вибирати пріоритетні засоби поширення реклами, оцінювати її ефективність, складати рекламний бюджет
Ключові слова	реклама, рекламне звернення, маркетинг, маркетингові комунікації, бренд, види реклами, слоган
Формат курсу	Очний, дистанційний
	Проведення лекцій, семінарів та консультації для кращого розуміння тем
Теми	Подано в таблиці нижче
Підсумковий	Залік в кінці семестру

контроль, форма	
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з про суспільство, суспільні сфери, механізми їх функціонування, достатніх для сприйняття категоріального апарату навчальної дисциплін
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Семінарські заняття, дискусія, індивідуальні заняття, самостійна робота, проблемні бесіди, метод кейсів, творче індивідуальне завдання тощо
Необхідне обладнання	Персональний комп'ютер, загальнодоступне програмне забезпечення, доступ до Інтернету, проектор
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: поточна успішність (активна участь на семінарах) – 80 балів (10 балів за семінар), індивідуальне завдання – 20 балів. Підсумкова максимальна кількість балів – 100. Академічна доброчесність: Роботи здобувачів є їх оригінальними дослідженнями та міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що студенти відвідають усі заняття курсу. Література. 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.
Питання до заліку чи екзамену	Тема 1. Комплекс маркетингових комунікацій, місце у ньому реклами. Маркетинг. Комплекс маркетингових комунікацій. Адресати маркетингових комунікацій. Особистий продаж, стимулювання збуту, public relations, реклама, прямий маркетинг, виставки та ярмарки, упакування товару, брендинг, спонсорування. Місце реклами в комплексі маркетингових комунікацій Тема 2. Реклама, рекламна кампанія і рекламне звернення Реклама, рекламна діяльність, рекламна кампанія, рекламне звернення. Класифікація рекламних кампаній. Типова структура рекламного звернення. Взаємозв'язок реклами і життєвого циклу продукту. Рекламний слоган. Фраза-відлуння. Варіанти рекламних звернень. Модель рекламної комунікації. Тема 3. Види реклами. Класифікація реклами за засобами її поширення. Телевізійна реклама, зовнішня реклама, радіо-реклама. друкована реклама, реклама в пресі, рекламні сувеніри, пряма поштова реклама, Інтернет-реклама, реклама на виставках і ярмарках, інші види. Успішні приклади різних видів реклами. Тема 4. Рекламні моделі. Поняття про рекламні моделі. Особливості найпоширеніших рекламних моделей: AIDA, ACCA, DAGMAR, VIPS, DIBABA, чотири P, SCH, ODS, AISAS, SCORRE, PINK. Приклади практичного застосування найпоширеніших рекламних моделей.

	<p>Тема 5. Інтернет-реклама. Поняття про Інтернет-рекламу . Особливості Інтернет-реклами. Інтернет-реклама Google Ads. Контекстна Інтернет-реклама. Ремаркетинг. Банерна реклама. E-mail розсилка. Інтернет-реклама Google Shopping. Реклама на YouTube. Реклама в соціальних мережах. Тізерна реклама. CPA-реклама. Мобільна Інтернет-реклама. Геоконтекстна реклама. Вірусна реклама. Таргетинг.</p> <p>Тема 6. Політична реклама. Політика і реклама. Загальні особливості політичної реклами. Політична кампанія і реклама. Політична реклама в США. Політична реклама в Україні. Політична реклама на президентських виборах. Політична реклама на парламентських виборах. Етика політичної реклами. Типові помилки в політичній рекламі.</p> <p>Тема 7. Територіальний брендинг, туристична реклама. Просторовий розвиток, просторове планування, територіальний маркетинг, територіальний брендинг. Бренд міста. Брендбук. Айдентика бренду. Логотип міста. Конкретні приклади територіального брендингу в Україні. Туристична реклама її особливості.</p> <p>Тема 8. Інновації в рекламі. Поняття про інновацію. Види інновацій. Особливості впровадження інновацій в рекламі. Відеореклама з використанням технології InDoor TV. Технологія інтерактивної взаємодії Just Touch, технологія Free Format Holographics Projection. 4D і 5D реклама. Інновації в Інтернет-рекламі. Інші інновації в рекламі.</p>
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Схема курсу

№	Тема	Лекції, год.	Семінари, год	Самостійна робота, год.
1	Комплекс маркетингових комунікацій, місце у ньому реклами.	2	2	7
2	Реклама, рекламна кампанія і рекламне звернення	2	2	7
3	Види реклами.	2	2	8
4	Рекламні моделі.	2	2	7
5	Інтернет-реклама.	2	2	8
6	Політична реклама.	2	2	7
7	Територіальний брендинг, туристична реклама.	2	2	7
8	Інновації в рекламі.	2	2	7
	<i>Всього</i>	<i>16</i>	<i>16</i>	<i>58</i>