

Дніпровський фаховий коледж енергетичних та
інформаційних технологій

РЕКЛАМА І СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

(ВИБІРКОВИЙ КОМПОНЕНТ)

Семестр

6-й

Освітньо-професійний ступінь

Фаховий молодший бакалавр

Кількість кредитів ЄКТС

3

Форма контролю

Диференційований залік





Мета вивчення освітнього компонента «Реклама і стимулювання збуту»:

формування у майбутніх фахівців знань і умінь необхідних для подальшого застосування конкретних методів і прийомів рекламної діяльності та PR.

Отримання і систематизація знань про систему маркетингових комунікацій організації та відпрацювання навичок планування та проведення рекламної і PR кампаній.



Завдання курсу:

- ✓ розуміння сутності рекламної діяльності та методів стимулювання;
- ✓ вивчення видів та моделей маркетингових комунікацій.

В результаті вивчення освітнього компоненту здобувачі освіти повинні знати: сучасні правила, принципи, схеми побудови комунікації;

- ✓ системно сприймати комунікаційний, рекламний і творчий процеси;
- ✓ основні інструменти реклами і PR;
- ✓ можливості і обмеження їх використання;
- ✓ специфіку використання сучасних рекламних та PR технологій;
- ✓ методи розрахунку бюджету та оцінки ефективності реклами і PR.



Завдання освітнього компонента:

- ✓ розуміти основні поняття стимулювання збуту та реклами в їх сукупності;
- ✓ знати як проводити вибір каналів поширення рекламних звернень;
- ✓ знати як проводиться розробка і реалізація рекламної компанії;
- ✓ знати як проводити дослідження процесів по просуванню продукції на ринку;
- ✓ вміти визначати і застосовувати конкретні носії реклами і оптимальне їх поєднання;
- ✓ вміти проводити аналіз комплексу факторів, що впливають на сприйняття товару, послуги через різні канали отримання інформації
- ✓ вміти аналізувати і оцінювати ефективність різних форм і видів реклами і PR;
- ✓ розуміти як здійснюється планування, організація і проведення рекламних заходів в залежності від поставлених цілей.
- ✓ вміти застосовувати методи оцінки ефективності заходів з реклами та стимулювання збуту

Інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі підприємницької, торговельної та біржової діяльності або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів системи наук, які формують концепції організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.

Загальна компетентність:

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальна компетентність:

СК 1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торгівельній та біржовій діяльності.

СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК 9. Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

Результати навчання

РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

РН 11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати їх на практиці.

РН 15. Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур



Структура освітнього компоненту:

Тема 1. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства

Тема 2. Види реклами: друкована реклама, телевізійна відеореклама, радіореклама, поштова реклама, зовнішня (outdoor) реклама, реклама на місці продажу (indoor)

Тема 3. Інтернет-реклама та SMM

Тема 4. Міжнародна реклама

Тема 5. Нові перспективні напрями в рекламі

Тема 6. Некомерційна реклама

Тема 7. Стимулювання збуту товарів та послуг в маркетингу

Тема 8. Управління рекламною діяльністю.

