Експлікація навчальної програми вибіркової дисципліни
для «Каталогу вибіркових дисциплін»

Назва дисципліни	«Теорія реклами»
Цикл дисциплін (гуманітарна/іншої спеціалізації)	Професійна
Вид дисципліни (теоретична/практична)	Теоретично-практична
Освітній рівень (бакалавр/магістр)	Бакалавр
Кафедра (на якій читається дисципліна)	Графічний дизайн
Термін вивчення (семестр весняний/осінній)	VII семестр

Ключові результати навчання (уміння та навики).

За результатами вивчення курсу студент повинен знати:

- передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;
- особливості та умови існування реклами в різі часи;
- найвідоміші постаті й теорії в історії досліджень рекламної діяльності;
- основні напрямки сучасної рекламної діяльності – традиційні та новітні;
- роль і місце реклами в системі маркетингової діяльності;
- зв'язок реклами з теорією комунікацій;
- типологію рекламної продукції та рекламних кампаній;
- головні шляхи й прийоми досягнення ефективності рекламної продукції різних типів;
- провідні риси, етапи та різновиди рекламних кампаній як форми рекламної діяльності;
- переваги та обмеження всіх ЗМІ щодо поширення рекламної інформації;
- прийоми створення ефективного рекламного тексту, призначеного для поширення в різних ЗМІ;
- правові та етичні норми рекламної діяльності, чинні в Україні й у світі та історію їх укладання.

За результатами вивчення курсу студент повинен вміти:

- практично використовувати засвоєні теоретичні знання;
- застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції;

- зіставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї;
- виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;
- вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності;
- виробляти загальну стратегію та конкретний рекламний текст для рекламування послуги;
- розробляти візуальні стратегії рекламних кампаній різних типів;
- створювати рекламну продукцію, призначену для поширення різними ЗМІ

Короткий зміст дисципліни (перелік тем та практичних завдань).

Модуль І. Теоретичні засади рекламної діяльності.

Тема 1. Вступ. Загальна характеристика предмета, особливості його вивчення
- визначення понять та термінів;
- джерела вивчення.

Тема 2. Поняття реклами в сучасному медіапросторі

Тема 3. Рекламодавець. Рекламне агентство, рекламна кампанія. Етапи ефективності рекламних комунікацій.

Тема 4. Рекламний маркетинг, медіа планування, ефекти комунікації і рекламної стратегії.

Тема 5. Медіа як рекламо носії.

Тема 6. Творча ідея. Композиція. Дизайн реклами.

Тема 7. Фірмовий стиль.

Тема 8. Теорія і практика брендингу.

Модуль 2. Виконання практичної роботи.

Тема 1. Розробка рекламних плакатів.

Тема 2. Практичне виконання рекламного плакату. Представлення власного бренду.

Результати оцінювання (форми, критерії): вид контролю – залік. Два модулі, 2 змістових модулі. Всього 150 годин.

Автор програми (викладач, що читає дисципліну): викладач Юрчишин Г.М.