

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Цифрові технології в рекламі та PR»

(назва навчальної дисципліни)



Ступінь вищої освіти: Бакалавр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: Реклама та зв'язки з громадськістю, Digital маркетинг, Маркетинг

Викладач: Мільчева В.В., PhD, старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-80

Профайл викладача:

Контактна інформація:

тел: 048-712-4180

e-mail: milchewa.v@gmail.com

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається на 3 курсі у 5 семестрі для денної форми навчання ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю», ОПП «Digital маркетинг», на 4 курсі у 7 семестрі для денної форми навчання ОПП «Маркетинг» та на 4 курсі у 7 семестрі для заочної форми навчання ОПП «Маркетинг».

Кількість кредитів – 4, годин – 120.

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | лабораторні | практичні |
|---------------------------|------------|--------|--------------|-----------|
| денна | 50 | 24 | - | 26 |
| заочна | 16 | 8 | - | 8 |
| Самостійна робота, годин | Денна – 70 | | Заочна – 104 | |

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна «Цифрові технології в рекламі та PR» - один з найцікавіших напрямів спеціальності маркетинг. Для України ця професія молода, але зростаючий інтерес до неї і усвідомлення важливості комунікаційної діяльності практично в усіх структурах і сегментах суспільства обумовлює необхідність підготовки фахівців для державних і комерційних структур, засобів масової інформації, громадських, соціальних, релігійних організацій, великих корпорацій та фінансових установ.

Діяльність фахівця з цифрових технологій в рекламі та PR включає: планування рекламної кампанії і координацію дій фахівців, які займаються виготовленням реклами; концептуальні основи рекламної діяльності і зв'язків з громадськістю; підготовку та поширення інформації про якість, особливості і переваги товарів та послуг; формування концепції рекламного продукту; контроль рекламного бюджету організації; створення привабливого образу будь-якої особи та організації в очах громадськості; формування ефективних стосунків організації з представниками влади, споживачами, партнерами та суспільством в цілому; написання статей, прес-релізів, ведення блогів, участь в соціальних мережах, забезпечення інформаційної підтримки корпоративного сайту; організацію внутрішньої комунікації; представлення інтересів організації на національному або міжнародному рівнях.

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Цифрові технології в рекламі та PR» є вивчення здобувачами основних аспектів цифрових технологій в рекламі, що дозволяють орієнтуватися в питаннях отримання, обробки, інтерпретації необхідної для рекламної діяльності інформації і застосування

відповідних алгоритмів з метою підготовки змісту і оформлення рекламних повідомлень, ухвалення оптимальних рішень по проведенню рекламних кампаній, оцінки ефективності рекламної діяльності.

Основні завдання вивчення дисципліни «Цифрові технології в рекламі та PR», що мають бути вирішені у процесі її викладання:

- вивчення основних аспектів і напрямків застосування сучасних цифрових технологій в рекламній діяльності;
- отримання теоретичних знань і практичних навичок по роботі з сучасними засобами мультимедіа;
- отримання знань в області інформаційного забезпечення рекламної діяльності;
- вивчення прикладного програмного забезпечення, вживаного в рекламі;
- вивчення основних напрямків рекламної діяльності в Інтернет.

В результаті вивчення курсу «Цифрові технології в рекламі та PR» здобувачі повинні

знати:

- необхідний склад інформації і алгоритм рішення завдань реклами;
- інформаційні, програмні і технічні засоби обробки інформації, що забезпечують оптимальну роботу в рекламній діяльності;
- основи дизайну рекламних оголошень;
- методи аналізу ефективності рекламної кампанії.

вміти:

- працювати із онлайн-сервісами для аналізу власної аудиторії та аудиторії конкурентів;
- працювати з прикладними програмами для створення рекламних креативів;
- використовувати інформацію в глобальній мережі Інтернет;
- володіти навиками розміщення власної реклами в Інтернет;
- володіти навиками вибору цільової групи, постановки завдання, ухвалення рішення та грамотної інтерпретації результатів.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – екзамен.

Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Вікторія МІЛЬЧЕВА

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО