

Мережеві ресурси: контент та редагування

Код та назва дисципліни українською мовою / Назва дисципліни англійською мовою	2-С7-2-04 Мережеві ресурси: контент та редагування / Online resources: content and editing
Рекомендується для галузі знань (<i>спеціальності, освітньої програми</i>)	С7 Журналістика В13 Бібліотечна, інформаційна та архівна справа
Кафедра (<i>зазначити повну назву кафедри</i>)	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.Б. НПП (<i>за можливості</i>)	канд. наук із соц. ком. Гусєв Андрій Вікторович
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (<i>в якому буде викладатись</i>)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	відсутні
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасні технології швидко змінюються і впливають на сферу реклами та PR. Розуміння новітніх інструментів редагування контенту є ключовим для ефективної роботи в цій сфері. Вивчення цих інструментів допоможе студентам розробляти інноваційні стратегії реклами та зв'язків з громадськістю і використовувати їх у практичній роботі.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Інноваційні технології в маркетингу. Тема 2. Інструменти та методи для оптимізації комунікаційних кампаній. Тема 3. Переваги та виклики масового використання штучного інтелекту.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (<i>компетентність</i>)	Після засвоєння курсу студент отримає навички роботи з новітніми онлайн інструментами редагування та створення контенту у сфері реклами та PR.
Очікувані результати навчання	Аналізувати та застосовувати інноваційні технології для створення та редагування контенту в рекламі та PR. Використовувати сучасні онлайн-інструменти для оптимізації комунікаційних кампаній. Розробляти ефективні стратегії створення контенту з урахуванням сучасних технологічних трендів. Практично застосовувати набуті знання для створення конкурентоспроможного контенту в професійній діяльності.
Інформаційне забезпечення	1. Гусєв А. (2025). Еволюція та перспективи використання штучного інтелекту в рекламі та зв'язках з громадськістю. <i>Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації</i> , 1(61), 38-45. http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2025.1(61).6 2. Гусєв А. (2019). Нові медіа в маркетингових комунікаціях вітчизняних футбольних клубів. <i>Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації</i> , 1(37), 72–76.
Види навчальних занять (<i>лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо</i>)	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (<i>тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності</i>)	без обмежень