

Креативні технології в рекламі

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	1-ф07-06 Креативні технології в рекламі / Creative technologies in advertising
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком. Мироненко Владлена Вячеславівна
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	2-3 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей 061 та 029
Чому це цікаво/треба вивчати	Дисципліна забезпечує формування навичок творчої роботи в рекламному дискурсі, здатності нестандартно-парадоксально вирішувати професійні рекламні задачі; дає змогу напрацювати критерії креативу, засвоїти знання, навички, уміння креатора, пробудити творчу експресію, інтуїцію, індивідуальність рекламіста.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Принципи та технології креативу в сфері реклами, оригінальність та образна виразність реклами. Тема 2. Творче застосування законів рекламної комунікації. Уявлення про міфодизайн. Тема 3. Рекламна творчість як предмет оцінки. «Шедеври» рекламної творчості. Тема 4. Структура побудови рекламних текстів. Креолізований рекламний текст.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Здатність створювати медіапродукт. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з журналістики, рекламної та PR-комунікації, а також диджитал-технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів і провадження ефективної рекламної та PR-діяльності.
Очікувані результати навчання	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та PR-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та PR-проектів.
Інформаційне забезпечення	1. Кирилова, О., Мироненко, В., Гаркавенко, Ю. (2024). Electronic newsletter in the system of social communications: prospects for effective use. <i>Вісник Книжкової палати</i> , 3. DOI: 10.36273/2076-9555.2024.3(332).12-18. 2. Myronenko, V. (2023). Corporate storytelling as an effective strategy for internal public relations. <i>International scientific conference «The European development trends in journalism, PR, media and communication»: conference proceedings</i> . https://doi.org/10.30525/978-9934-26-342-2-2
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	без обмежень