

Тренди сучасної галузі реклами

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-С7-1-03 Тренди сучасної галузі реклами / Trends in the modern field of advertising
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	С7 Журналістика В13 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком. Гусєв Андрій Вікторович
Рівень ВО	другий (магістерський)
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей С7 (061) та В13 (029)
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасне медіасередовище потребує інструментів, що допомагають рекламодавцям ефективно керувати рекламними кампаніями та залучати більше уваги до своїх продуктів та послуг, саме тому розуміння нових форматів та переваг новітніх рекламних технологій конче необхідно для ефективної рекламної кампанії.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Стратегія 360 Marketing. Тема 2. Динамічні оголошення, оголошення в застосунках. Retail media. Інтерактивна реклама. Тема 3. Доповнена (AR) і віртуальна (VR) реальності. Розумні технології в рекламі. Тема 4. Штучний інтелект та машинне навчання в галузі реклами. Тема 5. Соціальна відповідальність в рекламній діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Створювати сучасний рекламний продукт, формувати рекламне звернення та презентувати його клієнтові, враховувати тенденції та перспективи розвитку сфери рекламної діяльності в умовах глобалізації та світової трансформації.
Очікувані результати навчання	Розробляти ефективну рекламу, що відображає найбільш значиму й зрозумілу ідею, здатну запам'ятатися споживачем, створювати рекламно-інформаційний продукт та ефективно його просувати, з використанням технологій зображення в рекламі, користування інструментами adtech та моделлю PPC, планування та побудови ефективної рекламної кампанії завдяки можливостям інтеграції новітніх рекламних форматів та технологій.
Інформаційне забезпечення	1. Anton, L., Siscan, Z. (2023). The Contemporary Trends in Advertising Services Global Market. <i>RAIS Conference Proceedings</i> , June 8-9. DOI:10.5281/zenodo.8132860. 2. Гусєв, А. (2021). Кіберспорт як інструмент брендингу. У В. Д. Демченко (Ред.), <i>Медіасфера: локальне та глобальне</i> (с. 89–101). Дніпро: Журфонд.
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

Декан факультету _____ Оксана КИРИЛОВА