(Ф 21.01 – 03)

|  |  |
| --- | --- |
| 04_b | **Силабус навчальної дисципліни****«МИСТЕЦТВО РЕКЛАМИ»****Освітньо-професійної програми «Журналістика»** **Галузь знань: 06 «Журналістика»** **Спеціальність: 061 «Журналістика»** |
| **Рівень вищої освіти** | перший (бакалаврський); |
| **Статус дисципліни** | навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП; |
| **Курс** | 3 (третій); |
| **Семестр** | 5 (п’ятий); |
| **Обсяг дисципліни,** **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин; |
| **Мова викладання** | українська; |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Особливості створення та реалізації рекламної діяльності. |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | метою навчальної дисципліни є оволодіння та засвоєння студентом комплексу теоретичних знань і практичних навичок у сфері реклами. |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | У результаті вивчення даної дисципліни студент буде вміти:* чітко визначати мету та концепцію рекламної кампанії;
* використовувати різноманітні засоби і методи планування рекламної кампанії;
* формувати рекламний бюджет;
* оцінювати та аналізувати ефективність рекламної кампанії.
* розробляти рекламну стратегію, організовувати рекламну діяльність.
 |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | * застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях;
* створювати концепції брендів;
* розробляти стратегії просування;
* формувати інформаційний контент;
* генерувати нові ідеї (працювати з креативністю);
* розуміти сферу професійної діяльності.
 |
| **Навчальна логістика** | **Зміст дисципліни:** Функції реклами. Сутність рекламного менеджменту. Регулювання рекламної діяльності. Основні класифікаційні ознаки реклами. Планування рекламної діяльності. Місце реклами в структурі компанії. Організація діяльності рекламних агентств. Підготовка та проведення рекламної кампанії. Формування рекламного бюджету. Креативні технології у рекламі. **Види занять:** лекції, практичні заняття.**Методи навчання:** – пояснювально-ілюстративний; евристичний; дослідницький, а також навчальні дискусії, презентації, пітчинги ідей, круглі столи, ділові ігри, кейс-стаді. **Форми навчання:** очна |
| **Пререквізити** | Немає |
| **Пореквізити** | Знання можуть бути використані для написання бакалаврської роботи та розробки практичних проєктів. |
| **Інформаційне забезпечення****з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Навчальна та наукова література****Науково-технічна бібліотека НАУ:**1. Чалдині Р., Психологія впливу, Харків, 2018, 366 с.
2. Шевченко О. В., Яковець А. В., PR: теорія і практика, К, 2001, 464с.
3. Aaker D.A. Managing Brand Equity. – New York: Free Press, 2014. – 347.
4. Іващук А. А., Реклама на соціальну тематику як світовий тренд брендів, Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 2020 р., К., 2020., Т.ІІІ – С. 86-95.
5. Іващук А. А., Особливості використання стилістичних прийомів у регіональній рекламі, Українська література: проблеми і перспективи: І Всеукраїнська заочна науково-практична інтернет-конференція, 27-28 листопада, 2020 р.: тези доп. – Мелітополь, 2020. – С. 48-52.
6. 3.2.12. Іващук А. А., Реклама на соціальну тематику як світовий тренд брендів, Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 2020 р. – К., 2020. – Т.ІІІ – С. 86-95.
 |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус). Проектор. ПК. |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | диференційований залік |
| **Кафедра** | Реклами і зв’язків з громадськістю  |
| **Факультет** | міжнародних відносин |
| **Викладач(і)** |  | **ВИШНЯКОВА ЮЛІЯ СЕРГІЇВНА****Посада:** викладач кафедриреклами і зв’язків з громадськістю ФМВ **Профайл викладача:** <https://www.researchgate.net/profile/Ulia-Visnakova> **Тел.:** **E-mail:** **julia.vishnyakova@npp.nau.edu.ua****Робоче місце:**  |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** |  |
| **Лінк на дисципліну** |  |