




**Силабус навчальної дисципліни
«Реклама і піар у діджитал просторі»
Освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з
громадськістю»
Галузь знань: 06 «Журналістика»
Спеціальність: 061 «Журналістика»**

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Семестр	7 (сьомий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Сучасні тенденції реклами і піару у діджитал просторі, нові практик та методи роботи з аудиторією в соціальних медіа, етика взаємодії в інтернет-середовищі, проведення ефективних рекламних та піар кампаній в умовах цифровізації та інформаційного суспільства. Діджитал маркетинг та омніканальний маркетинг, блогосфера та дизайн сайтів, використання різних видів реклами у діджитал просторі, SEO (Search Engine Optimization) оптимізація, функціонал та принципи роботи, особливості пошукових систем та штучного інтелекту. Оптимізація і розкрутка сайтів. Психологія впливу у діджитал просторі.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Навчальна дисципліна спрямована на розширення уявлення сучасних тенденцій в сфері реклами та піару в діджитал просторі, розуміння необхідності цивілізованої та сучасної комунікативної взаємодії із суспільством, налагодження зворотнього зв'язку. Освоєння практик цивілізованої роботи з аудиторією в соціальних медіа, методи впливу на суспільну думку, способи таргетованої реклами, практики формування іміджу та репутації організації в діджитал просторі, засоби протидії «чорному піару» в інтернеті.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Прояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань. - Застосовувати знання зі сфери інформаційних технологій в діджитал сфері для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної атаки. - Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами. - Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел. - Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. - Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації. - Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей: <ul style="list-style-type: none"> - Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

	<ul style="list-style-type: none"> - Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. - Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. - Здатність до адаптації та дій в новій ситуації. - Здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері реклами та піару з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку комунікаційних технологій. - Здатність створювати тексти і документи, розробляти оптимальні за складом та функціональністю мультимедійні компоненти для використання у рекламі та PR.
Навчальна логістика	<p>Цифровий маркетинг. Тренди розвитку цифрового маркетингу. Етичні проблеми діджитал-реклами: гіпертекстуальність та поліадресність. Інформаційні бульбашки та маніпулювання, проблеми захисту інформації. Технічні та технологічні принципи роботи WWW. Дизайн сайту. Сервіси сайту. Створення професійних блогів з напрямком просування та рекламування авіа-сфери: безпека полетів, літакобудівництво, будівництво сучасних аеропортів, підготовка льотного складу та інш. Соціальна структура кіберпростору. Психологія інтернет аудиторії. Впливові цифрові субкультури. Психологічний портрет інтернет-аудиторії. Принципи омніканального підходу у просуванні товарів та послуг. Специфіка роботи з різними каналами взаємодії з аудиторією. Стратегія омніканального маркетингу. Ключові пошукові системи. Можливості пошукових систем та їх оптимізація. SEO (Search Engine Optimization) оптимізації, функціонал та принципи роботи. Оптимізація і розкрутка сайтів. Створення власного бізнес-кабінету. Визначення основних проблем та рекламних цілей медіа-кампанії в соціальних медіа. Brand Awareness, Performance та інші налаштування рекламного кабінету. Рекламні креативи. Створення медіа-плану. Типи піар-стратегій у діджитал просторі. Виміри ефективності піару в діджитал сфері. Види піару у діджитал просторі. Інструменти розповсюдження негативної інформації. Корпоративні війни в діджитал просторі. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Верифікація зображень, відео.</p> <p>Види занять: інтерактивні лекції, практичні заняття, самостійна робота.</p> <p>Методи навчання: кейс-стаді, соціально-психологічні тренінги, ділові ігри, розробка стратегій, презентацій.</p> <p>Форми навчання: денна</p>
Пререквізити	<p>Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з дисциплін «Комунікативістика», «Рекламний менеджмент», «Таргетована реклама», «Мультимедійні технології в рекламі».</p>
Пореквізити	<p>Знання з дисципліни «Реклама та піар у діджитал просторі» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи, у практичній діяльності та стати допоміжною при вивченні дисциплін «Реклама і піар в авіаційній галузі», «Віртуальна реальність та реклама», «Візуальні комунікації».</p>
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <p>1. Діджитал маркетинг 2023: які тренди в промо бізнес-проектів додати до вашої стратегії? URL: https://cases.media/article/didzhital-marketing-2023-yaki-trendi-v-promo-biznes-proektiv-dodati-do-vashoyi-strategiyi</p>

	<p>2. Зеліч В.В Використання PR-технологій як інструменту маркетингових комунікацій у просуванні компанії // Серія: Економіка та підприємництво, 2022 р., № 1 (124).</p> <p>3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового/ Філіп Котлер, Гермаван Катарджан, Іван Сктьяван; пер. з англ. К.Куницької та О.Замасвої. – К. Вид. група КМ-БУКС, 2018. – 208 с.</p> <p>4. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М.Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред.Н.Є.Летуновської, Л.М. Хоменко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – С.38</p> <p>5. Мальчик М. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості / М. М. Мальчик, І. П. Адасюк // Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues. - Vol. 5, No. 1, 2021 – С. 75-85.</p> <p>6. <u>Jennifer Smiga</u> Social Media PR: 6 Tactics to Improve Your Social Public Relations Published: May 27, 2022.</p> <p>7. Michelle Garrett How Social Media Has Changed PR, 2022.</p> <p>8. Farhana Chowdhury The Role of Social Media in Public Relatuons/ May 07, 2022.</p> <p>9. Wallace P. Second Edition. The Psychology of the Internet. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2016. – 410 p.</p> <p>Репозитарій НАУ: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/16348</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій (8 корпус), навчальні аудиторії Кафедри реклами і зв'язків з громадськістю.
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тест
Кафедра	Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач(і)	 <p>Посада: доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Науковий ступінь: кандидат наук з державного управління Освіта: вища Спеціальність: педагогіка, практична психологія, державне управління Кваліфікація: викладач, практичний психолог, магістр державного управління</p> <p>https://bit.ly/3eihUZg http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11764 https://scholar.google.com/citations?user=tHDaQT8AAAAJ&hl=ru Тел.: (044) 406-68-09 E-mail: mariia.lashkina@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 7.217</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	-