




**Силабус навчальної дисципліни
«Креативність у рекламі та PR»**

**Спеціальність: 172 «Електронні
комунікації та радіотехніка»
Галузь знань:**

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	4
Семестр	7
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Сутність і значення креативу в рекламі і PR-комунікації. Управління креативними процесами в рекламі. Сучасні комунікативні технології в рекламі. Стилїстика та структуралїзм у рекламному тексті. Креативні прийоми формування реклами. Технології творчого вирішення рекламних та пїар-завдань.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	<p>Прискорений розвиток рекламної справи в усьому світі, охоплення нею дедалі більшої частини людських ресурсів, аспектів економіки і виробництва призвели до того, що реклама перетворилася на окремий вид людської діяльності – рекламний бізнес. Запорукою його успіху є якісне, професійне створення рекламних звернень, так, щоб вони мали максимальну ефективність комунікативного впливу на цільову аудиторію. Саме це лежить в основі рекламного креативу – діяльності, яка поєднує в собі і творчість, і прагматичність.</p> <p>Навчальна дисциплїна спрямована на ознайомлення із принципами та технологїями креативу в сфері реклами та зв'язків з громадськістю, формування вмїнь у галузі креативного мислення і проєктування рекламних та PR-концепцій, застосування креативних стратегїй у розробці рекламних та PR-кампанїй.</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації: визначати потребу у проведенні рекламних та PR-кампанїй, використовувати креативні ідеї для розробки рїзних видів реклами та PR-акцій; - створювати мультимедійний продукт з використанням положень й методів соціологїчно-психологїчних та інформаційно-технологїчних наук з метою ефективного впливу на масову аудиторію: умїти створювати і реалїзовувати власні креативні рекламні та PR-проєкти залежно від цїлей та соціально-психологїчних характеристик цїльової аудиторїї; - створювати й критично оцїнювати власну медїапродукцію з погляду професїональної вправності та з урахуванням ринку інформаційних послуг: користуватися технологїчними прийомами креативу для реалїзацїї конкретних завдань та оцїнювати якість і ефективність його реалїзацїї у сферї реклам та PR.

<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває таких компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> - застосування технологій креативу під час вирішення конкретних комунікативних завдань з метою забезпечення ефективності рекламних та PR-звернень і кампаній; - використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань;
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Рекламний креатив: сутність, мета, завдання. Принципи та функції креативу в рекламі. Рекламна концепція та креативна ідея як основа стратегії рекламної кампанії. Стратегічні основи рекламного креативу. Концептуальні підходи до рекламної комунікації. Етапи управління креативними процесами у рекламі. Креативні дослідження ринку у рекламі та креативна аналітика. Креативний робочий план: особливості його складання та зміст. Формування стратегій у рекламному креативі. Управління процесом розробки рекламної ідеї. Комунікативні технології у рекламному креативі. Стилїстика у рекламному креативі. Структуралізм у рекламному креативі та його креативні рекламні стратегії і напрямки. Структуралізм у розробці рекламної концепції товару та рекламного звернення. Креативні прийоми у розробленні рекламної концепції товару, рекламного звернення, у формуванні та проведенні рекламних кампаній. Види групової та індивідуальної роботи в процесі пошуку креативної ідеї. Загальна класифікація творчих методів і прийомів. Психологічні бар'єри та способи їх подолання. Методи пошуку ідей та створення інновацій. Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота. Методи навчання: диспути, ділові ігри, «мозковий штурм». Форми навчання: денна</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з дисциплін «», «», «».</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>Знання з дисципліни «Креативність у рекламі та PR» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи</p>
<p>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</p>	<p>Навчальна та наукова література: 1. Креатив у рекламі: навч. посіб. з інтерактивом. Київ: Видавн.-полігр. центр «Київський університет», 2012. 303 с. 2. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с. 3. Рекламний креатив: навч. посіб. / Т. Примак. Київ: КНЕУ, 2006. 326 с.</p>
<p>Локація та матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Аудиторія теоретичного навчання</p>
<p>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</p>	<p>Залік</p>
<p>Кафедра</p>	<p>Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю</p>
<p>Факультет</p>	<p>Лінгвістики та соціальних комунікацій</p>

Викладач(і)	 <p>ПІБ: Остапчук Світлана Сергіївна Посада: доцент кафедри журналістики Вчений ступінь: к. п. н. Профайл викладача: = Тел.: E-mail: svitlana.ostapchuk@npp.kai.edu.ua Робоче місце:</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	

