

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННИХ
ТА МУЛЬТИМЕДІЙНИХ МЕДІА**

№	Назва поля	Детальний контент, коментарі
1.	Назва факультету	Комп'ютерних наук
2.	Рівень вищої освіти	Бакалаврський
3.	Код і назва спеціальності	186 – Видавництво та поліграфія
4.	Тип і назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Видавничо-поліграфічна справа» першого рівня вищої освіти за спеціальністю 186 Видавництво та поліграфія
5.	Код і назва дисципліни	ВБ 2.7 Рекламні технології в електронних та мультимедійних медіа / Advertising Technologies in Electronic and Multimedia Media
6.	Кількість ЄКТС кредитів	4
7.	Структура дисципліни (розподіл за видами та годинами навчання)	Лекції 24 год Практичні заняття 4 год Лабораторні роботи 20 год Консультації 8 год Самостійна робота 64 год Сем. контроль залік
8.	Графік (терміни) вивчення дисципліни	4 курс, 7 семестр навчання
9.	Передумови для навчання за дисципліною	Для навчання за дисципліною здобувач має знати: основи створення рекламних елементів; методи проєктування елементів реклами; орієнтуватися у традиційних і нових формах графічного дизайну; застосовувати знання у практичних ситуаціях.
10.	Анотація (зміст) дисципліни	Змістовий модуль 1. Рекламна діяльність Тема 1. Вступ у дисципліну. Види та функції реклами Тема 2. Поведінка споживача. Процес прийняття рішення. Тема 3. Способи залучення уваги споживача. Маніпуляція в рекламі Тема 4. Рекламна кампанія. Репутація компанії. Тема 5. Комерційна та некомерційна реклама Тема 6. Правове регулювання рекламної діяльності. Тема 7. Методи контролю та оцінки ефективності рекламної кампанії Змістовий модуль 2. Канали рекламних комунікацій

		<p>Тема 8. Реклама в засобах масової інформації. Друкована іміджева продукція</p> <p>Тема 9. Реклама в інтернеті</p> <p>Тема 10. E-mail маркетинг. Реклама в месенджерах.</p> <p>Тема 11. Реклама в соціальних мережах, SMM</p> <p>Тема 12. Веб-аналітика. Google Analytics.</p> <p><u>Практичні заняття:</u></p> <p>ПЗ 1. Аналіз існуючої рекламної кампанії. Рекламна стратегія.</p> <p>ПЗ 2. Аналіз оцінки ефективності розробленої рекламної кампанії</p> <p><u>Лабораторні роботи:</u></p> <p>ЛБ 1. Розробка корпоративної презентації товару чи послуги.</p> <p>ЛБ 2. Розробка E-mail розсилки у конструкторі.</p> <p>ЛБ 3. Розробка елементів рекламної кампанії для соціальних мереж.</p> <p>ЛБ 4. Створення чат-боту.</p> <p>ЛБ 5. Розробка відеоролика.</p>
11.	Компетентності, знання, вміння, розуміння, якими оволодіє здобувач вищої освіти в процесі навчання	<p>За результатом вивчення дисципліни студенти повинні:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закономірності і принципи рекламної діяльності; – механізми впливу реклами на свідомість і підсвідомість потенційного споживача; – правові та етичні норми рекламної діяльності чинні в Україні; – основні напрямки сучасної рекламної діяльності; <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – визначати мету та концепцію рекламної кампанії; – розробляти рекламну стратегію; – використовувати різноманітні засоби і методи розробки макетів для рекламної кампанії; – обирати різні шляхи впливу на споживача у різних носіях; – формувати рекламний бюджет; – оцінювати та аналізувати ефективність рекламної кампанії. <p>В процесі навчання здобувач оволодіє компетентностями:</p> <p>СК-1. Здатність приймати обґрунтовані рішення стосовно процесів, притаманних всім етапам виробництва друкованих і електронних видань, паковань,</p>

		<p>мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва та поліграфії.</p> <p>СК-5. Здатність проектувати структуру, конструкцію та дизайн друкованих і електронних видань, паковань, мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва та поліграфії, використовуючи сучасне програмне та апаратне забезпечення, з урахуванням вимог до результату, наявних ресурсів та обмежень.</p> <p>СК-6. Здатність враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні, правові та комерційні чинники, що впливають на реалізацію технічних рішень у видавництві та поліграфії.</p> <p>СК-10. Здатність використовувати сучасні технології проектування, розробки дизайну і оригінал-макетів друкованих і електронних видань за допомогою комп'ютерних видавничих систем, застосовувати засоби автоматизації елементів технологічного процесу.</p> <p>СК-12. Здатність застосовувати принципи оброблення, відтворення, зберігання, моделювання тривимірних сцен, анімованої, аудіо і відеоінформації для використання в мультимедійних виданнях.</p> <p>СК-14. Здатність розробляти колірні рішення для мультимедійної та поліграфічної продукції, здійснювати тону та колірну корекцію зображень, працювати з системою управління кольором та керувати кольором в процесах комп'ютерного та друкарського кольоровідтворення.</p> <p>СК-16. Здатність використовувати інформаційні технології, програмне та технічне забезпечення для розробки нових видавничих проєктів, виготовлення продукції та маркетингової діяльності; застосовувати системи управління робочими потоками для проєктованих виробничих ділянок.</p>
12.	Результати навчання здобувача вищої освіти	<p>ПРН-7. Розуміти принципи і мати навички використання технологій додрукарської підготовки, друкарських та післядрукарських процесів, теорії кольору, методів оброблення текстової та мультимедійної інформації.</p>

		<p>ПРН-9. Опрацьовувати текстову, графічну та мультимедійну інформацію з використанням сучасних інформаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПРН-17. Використовувати сучасні технології проектування, розробки дизайну і оригінал-макетів друкованих і електронних видань за допомогою комп'ютерних видавничих систем.</p> <p>ПРН-21. Володіти прийомами і методами переробки графічної, текстової, аудіо, відеоінформації, тривимірних моделей та анімації для використання в мультимедійних виданнях; використовувати інформаційні технології та програмне забезпечення при розробці нових видавничих проектів.</p> <p>ПРН-22. Розраховувати параметри проєктованих книжкових, газетно-журнальних, рекламних, електронних видань та іншої продукції.</p> <p>ПРН-24. Виконувати сегментування ринку поліграфічної продукції, давати оцінку конкурентоспроможності товару, розумітися на маркетингових комунікаціях, розроблювати план маркетингу та план рекламної діяльності поліграфічного підприємства або видавництва, використовувати основні канали та носії рекламної інформації.</p>
13.	Система оцінювання відповідно до кожного завдання для складання заліку/екзамену	Виконання індивідуальних завдань, усне опитування, залік.
14.	Якість освітнього процесу	Політика академічної доброчесності ґрунтується на підставі Положення про академічну доброчесність ХНУРЕ, наказ від 02.02.2021 № 50. Оновлення змісту дисципліни відбувається відповідно до ОПП, затвердженої рішенням Вченої ради ХНУРЕ
15.	Методичне забезпечення	Комплекс навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни «Комп'ютерні технології виготовлення реклами для друкованих та електронних ЗМІ» підготовки бакалавра, спеціальності 186 – Видавництво та поліграфія [Електронний ресурс] / ХНУРЕ ; розроб. І. М. Єгорова спеціалізації «Технології електронних мультимедійних видань»; pdf / 2,07 Мб, Харків, 2017. — 194 с.

		<p>https://lib.nure.ua/catalog/document/219914 Методичні вказівки до лабораторних робіт з дисципліни «Комп'ютерні технології виготовлення реклами для друкованих та електронних засобів масової інформації» для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.051501 «Видавничо-поліграфічна справа» / упоряд. І. М. Єгорова ; МОН України, ХНУРЕ doc / 3,20 Mb, Харків: ХНУРЕ, 2010. — 52 с. https://lib.nure.ua/catalog/document/118798</p>
16.	Розробник силабусу	<p>ст. викл каф. МСТ Бокарева Ю.С. yuliia.bokarieva@nure.ua ст. викл. каф. МСТ Жеріхова Г.А. halyna.zherikhova@nure.ua</p>