

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Одеська національна академія харчових технологій**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Цифрові технології в рекламі та PR**

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг, Реклама та зв'язки з громадськістю

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління та адміністрування

Ступінь вищої освіти Бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено  
Методичною радою академії

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою Маркетингу, підприємництва і торгівлі

РОЗРОБНИК (розробники): Донець Л.Я., доцент кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі, доцент, кандидат технічних наук

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

## ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки	6
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС	6
2	Зміст дисципліни:	6
2.1	Програма змістовних модулів	6
2.2	Перелік практичних робіт	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	7
3	Критерії оцінювання результатів навчання	7
4	Інформаційне забезпечення	7

## **1. Пояснювальна записка**

### **1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни “Цифрові технології в рекламі та PR” являється вивчення студентами основних аспектів цифрових технологій в рекламі, що дозволяють орієнтуватися в питаннях отримання, обробки, інтерпретації необхідної для рекламної діяльності інформації і застосування відповідних алгоритмів з метою підготовки змісту і оформлення рекламних повідомлень, ухвалення оптимальних рішень по проведенню рекламних кампаній, оцінки ефективності рекламної діяльності.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни “Цифрові технології в рекламі та PR” є вивчення основних аспектів і напрямів застосування сучасних цифрових технологій в рекламній діяльності; отримання теоретичних знань і практичних навичок по роботі з сучасними засобами мультимедіа; отримання знань в області інформаційного забезпечення рекламної діяльності; вивчення прикладного програмного забезпечення, вживаного в рекламі; вивчення основних напрямів рекламної діяльності в Інтернет. Об'єктом навчальної дисципліни є процес створення рекламного продукту і його розміщення на рекламних носіях в Інтернет. Предметом навчальної дисципліни є створення рекламного продукту і носіїв з реклами за допомогою мультимедійних технологій.

*В результаті вивчення курсу Цифрові технології в рекламі та PR студенти повинні*

#### **знати:**

- необхідний склад інформації і алгоритм рішення завдань реклами і PR;
- інформаційні, програмні і технічні засоби по обробці інформації, що забезпечують оптимальну роботу в рекламній діяльності;
- основи формування і дизайну рекламного продукту;

#### **вміти:**

- працювати із застосуваннями офісного пакету і файловими менеджерами операційної системи Windows;
- працювати з прикладними програмами обробки текстової, графічної і відео інформації;
- працювати в локальній мережі з пристроями мережевого оточення; використовувати для рекламних цілей електронну пошту (у тому числі приєднувати файли різних форматів знаходити і використовувати інформацію в глобальній мережі Інтернет);
- володіти: навичками вибору цільової групи; навичками самостійної роботи із спеціалізованими комп'ютерними застосуваннями, починаючи від постановки завдання до рішення і грамотної інтерпретації результатів; навичками розміщення власної реклами в Інтернет.

### **1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти**

У результаті вивчення навчальної дисципліни “Цифрові технології в рекламі та PR” здобувач вищої освіти отримує програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти України зі](#)

[спеціальності 075 Маркетинг](#) та та освітньо-професійних програмах [Маркетинг, Реклама та зв'язки з громадськістю](#) підготовки бакалаврів.

**Інтегральна компетентність:** Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отриманні знання з предметної області маркетингу.

СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК 15. Здатність розробляти та втілювати сучасні маркетингові продукти в мережі Інтернет, аналізувати та оцінювати їх ефективність.

Програмні результати навчання:

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі

етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 19. Впроваджувати у маркетингову діяльність ринкового суб'єкту маркетингові технології, засновані на технологіях Інтернету.

### 1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Попередні – Маркетинг, Маркетингові дослідження

### 1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Навчальна дисципліна викладається на 4 курсі у 7 семестрі

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	36	16	20
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна -84		Заочна - 108

## 2. Зміст навчальної дисципліни

### 2.1. Програма змістовних модулів

Змістовний модуль 1: Цифрові технології в рекламі та PR

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1.	Інформаційні системи і технології в рекламі і PR	2	2
2.	Системи обробки даних реклами і PR.	2	
3.	Програмне і мультимедійне забезпечення реклами і PR.	2	2
4.	Інтернет і мережеві технології в рекламі і PR.	2	
5.	Баннерная реклама і PR в Інтернет.	2	
6.	Реклама і PR в блогах.	2	2
7.	Контекстна реклама і PR.	2	
8.	Проектування рекламної кампанії.	2	
	<b>Разом</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

### 2.2. Перелік практичних робіт

№ лаб.роб. б.	Назва лабораторної роботи	Годин	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
1.1	Системи обробки даних реклами і PR.	4	2
1.2	Програмне і мультимедійне забезпечення реклами і PR.	4	
1.3	Створення логотипу засобами он-лайн сервісів.	4	2
1.4	Інструменти створення банерної реклами.	4	
1.5	Реклама і PR. Послідовність розміщення контекстної реклами.	4	2
		<b>20</b>	<b>6</b>

### 2.3. Перелік завдань до самостійної роботи

№ теми	Назва теми	Об'єм у год. денна форма навчання	Об'єм у год. заочна форма навчання
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	14	26
2.	Підготовка до лабораторних занять	14	
3.	Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції	24	40
4.	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань	32	42
5.	Виконання курсового проекту (роботи)	-	-
<b>Разом з дисципліни</b>		<b>84</b>	<b>108</b>

### 3. Критерії оцінювання результатів навчання

Вид контролю: поточний, підсумковий – екзамен  
диф. залік/екзамен

Нарахування балів за виконання змістовного модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	<i>min</i>	<i>max</i>	Кіль-ть робіт	Сумарні бали		Кіль-ть робіт	Сумарні бали	
		<i>min</i>		<i>max</i>	<i>min</i>		<i>max</i>	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Основи рекламного дизайну								
Робота на лекціях	0,5	1	8	4	8	3	2	3
Робота на практичних заняттях	3	5	5	15	25	3	9	15
Індивідуальне завдання	17	27	1	17	27	1	25	42
Проміжна сума	–	–	–	36	60	–	36	60
Модульний контроль	24	40	1	24	40	1	24	40
Оцінка за змістовий модуль 1				<b>60</b>	<b>100</b>		<b>60</b>	<b>100</b>
<b>Можливість отримання додаткових балів</b>								
Рейтинг за творчі здобутки студентів (у тому числі	0	10	–	0	10	–	0	10

### 4. Інформаційні ресурси

1. Вінічук І. М. Інтернет-технології та ресурси : навч . посібник / І. М. Вінічук ; М-во культури України, Нац. акад. кер . кадрів культури і мистецтв. — Київ : НАКККіМ , 2014. — 169 с.

2. Закон України "Про рекламу" [Текст]: за станом на 25 лютого 2013 р. – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2013. – 32 с. – (Закони України). – 978-966-

611-886-1.

3. Интернет-маркетинг за 55 минут [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://blog.ingate.ru/books/e-marketing/>. – Загл. с экрана.

4. Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов [Электронный ресурс] / Ф. Ю. Вирин. –Режим доступа: [https://owlweb.ru/wpcontent/uploads/2015/10/Virin\\_F.\\_Internet\\_Marketing\\_Polnuy.a4.pdf](https://owlweb.ru/wpcontent/uploads/2015/10/Virin_F._Internet_Marketing_Polnuy.a4.pdf). Загл. с экрана