

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Реклама інформаційних продуктів та послуг»

№ п/п	Назва поля	Опис
1	Назва дисципліни	Реклама інформаційних продуктів та послуг
2	Статус	Професійно-орієнтовані дисципліни
3	Спеціальності	029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
4	Мова викладання	українська
5	Семестр викладання	7
6	Кількість - кредитів ЄКТС - академічних годин	3 90 год (лек – 18 год., пр. – 18 год., сам. роб. – 54 год.)
7	Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	диференційований залік
8	Кафедра, що забезпечує викладання	документознавства та інформаційної діяльності
9	Викладач, що планується для викладання	асистент Лаба О. В.
10	Попередні вимоги для вивчення дисципліни	інформаційний маркетинг
11	Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни	<p>– Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.</p> <p>– Здатність проектувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги.</p> <p>– Здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.</p>
12	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	Інформаційний ринок в Україні перебуває на етапі його становлення, а реклама інформаційних продуктів і послуг набуває особливої актуальності в контексті активного просування і розвитку інформаційних брендів у світі
13	Особливості навчання на курсі	Контроль вивчення теоретичного матеріалу здійснюється у формі колоквиуму, на практичних заняттях здійснюється оцінювання знань студентів шляхом усного і письмового опитування, виконання практичних робіт, що в накопичувальній системі дозволяє успішно скласти залік.
14	Стислий опис дисципліни	<p>Вивчення дисципліни передбачає засвоєння таких змістових модулів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – поняття, види та особливості реклами ІПП; – етапи планування рекламної кампанії ІПП; – рекламні стратегії щодо ІПП; – медіапланування реклами ІПП; – використання цифрових каналів рекламної

		комунікації; – оцінка ефективності рекламних заходів.
15	Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися	10-50