

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради
факультету _____

 Юлія ГАРКАВЕНКО

« 30 » серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

OK 2.5 Digital-технології у рекламі та зв'язках з громадськістю

шифр із ОПП

і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

спеціалізація _____

освітня програма Реклама та зв'язки з громадськістю

рік набору 2023 /2024 форма навчання денна термін навчання 1 рік 4 місяці

вид дисципліни обов'язкова

Розробник (-и) Гусєв А.В., к. соц. ком.

вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання



підпис

Погоджено гарант ОП


(підпис)

Владлена Мироненко

(ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «23» червня 2023 року № 18

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації

Протокол від «30» серпня 2023 року № 1

**Дніпро
2023**

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік (роки) викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивідуальні завдання		Кредитів ECTS	Обсяг роботи студента (години)					
			екзамен	диф. залік	залік	курсова робота	форма	кількість		всього	аудиторні				самостійна робота
											всього аудиторних	лекції	практичні заняття	семінарські заняття	
2023/24	5	2	+					3,0	95	37	18	14			58
20__/_															
20__/_															

1. Мета дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Digital-технології у рекламі та зв'язках з громадськістю» є формування у здобувачів вищої освіти теоретичних та практичних знань, умінь і навичок щодо ефективного використання сучасних технологій у рекламі та зв'язках з громадськістю.

Вивчення дисципліни забезпечує формування компетентностей за ОП:

- ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
- ЗК03. Здатність породжувати нові ідеї (креативність)
- ЗК05. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи.
- СК09. Здатність формувати діджитал-продукт у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.
- СК10. Здатність проводити діагностику організаційних комунікаційних проектів.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Передумовами для вивчення дисципліни є: (ОК 2.1) Теорія та історія соціальних комунікацій; (ОК 2.2) Прикладні соціально-комунікаційні технології (ОК 2.3); Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю; (ОК 2.4) Прикладні соціально-комунікаційні технології;

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
	Уміти відокремлювати факти від суб'єктивної думки, бачити необ'єктивність судження.	ПР02. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	1, 2, 3, 4
	Здатність працювати з інформаційними джерелами і верифікувати інформацію.	ПР 13. Верифікувати інформацію	1
	Вміти експериментувати з різними формами та технологіями створення рекламного контенту, досліджуючи можливості їх використання у практиці.	ПР14. Застосовувати новітні крос-медійні технології	2, 3, 4

Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:

ПР02. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР 13. Верифікувати інформацію.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин *				
		лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота
2 семестр						
1	Тема 1. Нові медіа в сучасному інформаційно-комунікативному просторі.	3	2			13
2	Тема 2. Digital-технології та сучасна комунікація.	5	4			15
3	Тема 3. Digital-технології у сучасному контент-маркетингу.	5	4			15
4	Тема 4. Етика та виклики використання новітніх digital-технологій у створення контенту.	5	4			15
	Всього семестр:	18	14			58

Тематика практичних / семінарських занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного / семінарського заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
<i>Розділ 1.</i>			
Тема 1.	Нові медіа в сучасному інформаційно-комунікативному просторі.	2	Основна: 1, 2, 3, 4 Додаткова: 1, 2, 13
Тема 2.	Digital-технології та сучасна комунікація.	4	Основна: 3, 4 Додаткова: 1, 2 Інф. ресурси: 1-6
Тема 3.	Digital-технології у сучасному контент-маркетингу.	4	Основна: 3, 4
Тема 4.	Етика та виклики використання новітніх digital-технологій у створення контенту.	4	Основна: 3, 4 Інф. ресурси: 1-6
Всього годин		58	-

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
Тема 1.	Нові медіа в сучасному інформаційно-комунікативному просторі.	13	Основна: 1, 2, 3, 4 Додаткова: 1, 2, 13
Тема 2.	Digital-технології та сучасна комунікація.	15	Основна: 2, 3, 4, 5

			Додаткова: 2, 3, 5 8, 9, 10
Тема 3.	Digital-технології у сучасному контент-маркетингу.	15	Основна: 1, 2 Додаткова: 1, 2, 9, 13
Тема 4.	Етика та виклики використання новітніх digital-технологій у створення контенту.	15	Основна: 5 Додаткова: 5
Всього годин		58	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
Задовільно/Satisfactory		75-81
		64-74
Незадовільно/Fail		Не зараховано/Fail
		0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль (5 семестр):

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Оцінювання рівня виконання практичних аудиторних завдань	протягом семестру відповідно розкладу занять	8*5=40
Оцінювання рівня виконання завдання з самостійної роботи (презентація)	16 тиждень	10
Поточне тестування	8 тиждень	10
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		60

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Екзамен	40

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
Форма 1	
Бали	Критерій
5	<i>В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст практичних завдань,</i>

	<i>використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Надав власні аргументи щодо основних положень даної теми, виявив нові ідеї та положення, що не були розглянуті раніше.</i>
4	<i>Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.</i>
3	<i>В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час практичних занять та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.</i>
2	<i>Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час практичних занять та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.</i>
1	<i>Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час практичних занять та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.</i>
0	<i>Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту практичних завдань.</i>
Форма 2	
Бали	Критерій
11-15	<i>В повному обсязі виокремлює з різних джерел основні положення, структурно об'єднує їх, коротко аналізує кожне з них та робить ґрунтовні узагальнюючі висновки. Складання глосарію з обраної теми. (у форматі есе – самостійне викладення здобувачем у вільній формі на підставі опрацьованого матеріалу теми, проблеми, питання; дайджест – системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкриття різних точок зору на будь-яку проблему, тему, питання та зроблені узагальнюючі висновки).</i>
6-10	<i>В цілому правильно виокремлені основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.</i>
1-5	<i>Частково та поверхово розкрив лише окремі положення питання і допустив при цьому певні суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.</i>
Форма 3	
Бали	Критерій
0-10	<i>Виконання тесту в онлайн форматі засобами Forms: 10 питань (кожна вірна відповідь – 1 бал).</i>

* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання: навчання передбачає використання словесних (лекція, бесіда), наочних (ілюстрація, демонстрація, спостереження) та практичних (практична робота, розв'язання задач, тренувальні і творчі вправи) методів навчання.

Під час лекційних занять використовуються презентації, які поєднують словесні та наочні методи навчання, що дає можливість здобувачам вищої освіти акумулювати знання.

Під час практичних занять застосовуються словесні та практичні методи навчання, які спрямовані на формування у здобувачів вищої освіти здібностей пізнання, а саме: інтерактивне обговорення тем, розв'язання практичних задач та розбір теоретичних вправ, дискусії, індивідуальна та командна форми роботи, вивчення готових кейсів.

Самостійна робота базується на наочних та практичних методах навчання і направлена на самостійне оволодіння здобувачами вищої освіти знаннями за темами навчальної дисципліни.

Інструменти та обладнання: онлайн-інструменти для навчання під час воєнного стану (усі функції Microsoft 365), за потреби – обладнання лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації

Програмне забезпечення: за потреби здобувачі можуть користуватися програмним забезпеченням, встановленим на комп'ютерах лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації.

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Коміна Т. О. Особливості сучасної теорії комунікаційних технологій // Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. Т. 1. К. 2015. С. 19–23.
2. Герчікова І. Н. Менеджмент: підручник. Київ: Банкі та біржі: Статут, 2018. 480 с.
3. Колісниченко Т. В., Мироненко В. В. Організаційні комунікації (реклама та публік рилейшнз) як поліпарадигмальний феномен: монографія. Дніпропетровськ, 2014. 160 с.
<http://repository.dnu.dp.ua>
4. Медіаспоживання в Україні: зміна медіапотреб та програш російської пропаганди. Спецпроект: «Дослідження ДМ». <https://detector.media/infospace/article/196442/2022-02-15-mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotreb-ta-progrash-rosiyskoipropagandy/>
5. Cornelissen J. Corporate Communications: A Guide to Theory and Practice. 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd, 2008. 296 p.

Додаткова:

1. Deetz S. Conceptual foundations // The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods; Editors F.M. Jablin, L.L. Putnam. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2001. P. 3-46.
2. Encyclopedia of Communication Theory / ed. Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss. Thousand Oaks, Calif. : Sage, 2009. 1174 p.
3. Fill C. Marketing Communications: Interactivity, Communities and Content. 5th ed. Harlow: FT / Prentice Hall, 2009. 1000 p.
4. Gronstedt A. Integrating marketing communication and public relations: A stakeholder relations model // E. Thorson & J. Moore (Eds). Integrated communication: Synergy of persuasive voices. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1996. P. 287-304.
5. Баркар Д. Майже ЗМІ. Як TELEGRAM маніпулює аудиторією.
<https://imi.org.ua/monitorings/majzhe-zmi-yak-telegram-manipulyuyeyaudytoriyeyu-i49222> с.
6. Діброва Т. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посіб. для студ. ВНЗ. К.: Стилос, 2011. 294 с.
7. Мироненко В.В. Роль комунікаційних технологій у побудові успішного бренду. Медіасфера: локальне та глобальне. Колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро : Журфонд, 2021. С. 198-211.
8. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз. Навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2017. 224 с.
9. Монастирський Г. Л. Теорія організації: навч. посібн.. Київ : Знання, 2018. 320 с.
10. Новак В. О. Мостенська Т. Л., Ільєнко О. В. Організаційна поведінка: Підручник. Київ : Кондар, 2013. 498 с.

11. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
12. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. Київ: Знання, 2006. 663 с.
13. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.

8. Інформаційні ресурси:

1. <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2849>
2. <https://www.suncalc.org/>
3. <https://uk.bellingcat.com/>
4. <https://texty.org.ua/>
5. Журналістика даних: Посібник <https://texty.org.ua/archive-books/40161/zhurnalistyka-danykh-posibnyk-40161/>
6. Міжнародна Рекламна Асоціація (ІАА): <http://www.iaaglobal.org/>
7. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу: <https://sostav.ua/>
8. The International Advertising Association: <http://www.iaaglobal.org/>
9. Marketing Media Review: вебсайт <https://mmr.ua/>
10. <https://leonardo.ai/>
11. <https://chat.openai.com/>
12. <https://platform.openai.com/playground?mode=chat>