



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
Комп'ютерне забезпечення реклами та PR-діяльності

1. Основна інформація про дисципліну

Тип дисципліни: вибіркова Форма контролю: залік

Освітній ступінь: бакалавр

Спеціальність: для всіх спеціальностей

Обмеження для вибору: відсутні

Кількість кредитів (годин): 4 (денна форма: 120 год.: 24 – лекції; 24 – лабораторні; 72 – самостійна робота; заочна форма: 120 год: 4 – лекції; 8 – лабораторні; 108 – самостійна робота)

Мова викладання: українська

Презентаційні матеріали: <http://moodle.idgu.edu.ua/moodle/course/view.php?id=141>

2. Інформація про викладача

ПІБ: Грендач Тетяна Іванівна

Наукова ступінь, вчене звання, посада: викладач

Кафедра: математики, інформатики та інформаційної діяльності

Робочий e-mail: hrendachtetiana@gmail.com

Години консультації на кафедрі: середа, 14:40-16:00

3. Опис та мета дисципліни

Предмет дисципліни: інструментарій рекламної та PR-діяльності та його використання в подальшій професійній діяльності.

Мета дисципліни: оволодіння інформаційними технологіями для використання їх у своїй професійній діяльності.

Результати навчання:

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання:

1. Знання:

- сутність поняття «комп'ютерні технології» та характеристику сучасного етапу розвитку комп'ютерної справи;
- новітні рекламні технології;
- правила коректної роботи зі стандартними текстовими і графічними редакторами;
- сучасні підходи до розуміння поняття «дизайн», загальні критерії ефективності дизайну у рекламі;
- специфіку роботи в мережі Інтернет з метою пошуку необхідної інформації;
- особливості сприйняття Інтернет-повідомлень, специфіку організації веб-простору;

2. Уміння

- вільно володіти технікою, що допомагає здійснювати аудіо - та відеозапис рекламних роликів та рекламної продукції для преси та Інтернету;
- редагувати тексти в сучасних текстових редакторах;
- працювати із графічними об'єктами у спеціальних програмах;

- макетувати та верстати рекламні повідомлення;
- використовувати мережу Інтернет як одну із основних інформаційних систем та засіб глобальної комунікації;
- створювати Інтернет-повідомлення з урахуванням особливостей веб- простору.

3. *Комунікація*

- Культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність.

4. *Автономність та відповідальність*

- управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній діяльності;
- приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;
- демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.

4. *Зміст дисципліни*

Тема №1: Інформаційне забезпечення реклами

Загальні відомості про застосування комп'ютерних та інформаційних технологій в рекламній діяльності. Поняття, види і функції інформації в рекламі. Зовнішня і внутрішня інформація. Первинна і вторинна інформація. Способи класифікації рекламної інформації. Види інформації, що містяться в рекламі. Законодавча база рекламної діяльності в Україні.

Тема № 2: Застосування комп'ютерних технологій у рекламі та PR-діяльності

Особливості застосування комп'ютерних технологій у рекламі та PR-діяльності. Інноваційні технології в індустрії реклами та PR-діяльності. Нові підходи до підготовки змісту і форми подачі рекламної діяльності.

Тема № 3: Текстовий редактор Microsoft Word

Текстовий редактор Microsoft Word як одна із складових роботи рекламіста зі слоганами. Опції і розширення функціонального використання Microsoft Word для роботи з текстами й ілюстраціями. Альтернативні сервіси: WPS Office Document, Do chub та Google Docs.

Тема № 4: Табличний редактор Microsoft Excel

Можливості табличного редактору Microsoft Excel. Створення звітної документації. Підсумовування, з'єднання і консолідація даних. Зведені таблиці. Використання графічного представлення інформації в звітних документах, доповідях, презентаціях. Оцінка ефективності PR-проектів, проведення статистичних досліджень, прогнозування перспектив розвитку (тенденції).

Альтернативні сервіси: WPS Office Таблиці та Google Docs.

Тема № 5: Робота по виготовленню реклами в системі презентацій

Основні поняття при застосуванні системи Microsoft Power Point, Prezi, Open Office Presentation, Google Презентації. Prezi як система мультимедійних можливостей сучасного світу.

Основи психології сприйняття: як створити ефектну та ефективну презентацію.

Тема № 6: Пресова і журнальна реклама. Оформлення її засобами програм комп'ютерної верстки

Знайомство із програмами комп'ютерної верстки: основні можливості та обмеження у роботі. Створення поліграфічної продукції у Microsoft Publisher та засобами застосунку Canva. Робота з ілюстративним та текстовим матеріалом. Концепція рекламного видання, її формальне та змістове втілення засобами програм верстки. Можливості спеціалізованих комп'ютерних програм у процесі оформлення реклами у пресі. Розташування рекламних блоків.

Тема № 7: Виготовлення рекламної поліграфічної продукції. Розробка фірмового стилю. Робота у сучасних графічних редакторах

Види рекламної поліграфічної продукції та особливості їх виготовлення. Фірмовий стиль та його складові. Торгова марка. Логотип. Фірмові кольори. Слоган. Інші корпоративні константи. Виготовлення візитівок. Основні правила і принципи роботи із графічними редакторами: а) Paint, Paint.NET, б) Adobe Photoshop, в) Adobe Illustrator, г) Photopea, д) Corel Draw, е) Inkscape.

Тема № 8: Створення аудіореклами. Сучасне програмне забезпечення для запису та відтворення аудіо-роликів

Види аудіо-роликів: інформаційний ролик, ігровий ролик, музичний ролик. Сценарій та текст для інформаційного аудіо-ролика. Музичний супровід, акустичні ефекти та їх значення в процесі створення аудіореклами.

Тема № 9: Відеопрезентації та кліпова реклама. Робота по виготовленню реклами за допомогою Movie Maker

Створення відео фрагментів шляхом використання спеціалізованого програмного забезпечення. Поняття кліпової реклами та відео презентації. Програма для роботи з відеоматеріалами Movie Maker. Робота із шкалою розкадровки і часу. Налаштування часу тривалості фрагменту фільму. Застосування відеопереходів, відеоефектів і титрів у відео презентаціях. Графіка, аудіо й відео об'єкти в потокових презентаціях. Збереження і демонстрація фільму.

Тема № 10: Сучасні методи та засоби рекламної діяльності в мережі Internet

Відомості про Інтернет-технології в рекламі. Основні вимоги до інформаційного забезпечення рекламної діяльності. Реклама в Інтернет. Основні поняття, що використовуються в Інтернет-рекламі. Банери, контекстна реклама, просування у пошукових мережах. Просування товарів і послуг в Інтернеті. Вибір підходів: просування в Інтернеті бренду компанії або бренду товару.

Тема № 11: Створення Web-сайту. Інформаційне наповнення сайту

Вимоги до створення рекламних Веб-сайтів. Загальні відомості про програму створення найпростіших Веб-сайтів Microsoft FrontPage та її інтерфейс. Розмітка і створення простих Веб-ресурсів. Форматування тексту. Таблиці. Стили. Макети. Використання графічних об'єктів і гіперпосилань. Теги. Елементи мови для Веб-інтерфейсів. Додавання веб-компонентів. Розробка інтерактивних Веб-сторінок.

5. Політика курсу

Відвідування навчальних занять

Згідно з «Положенням про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в умовах ЄКТС» студенти мають обов'язково бути присутніми на лабораторних заняттях (під час дистанційної форми навчання – в режимі онлайн). Студент, який з поважних причин, підтверджених документально, не мав був відсутній на семінарському занятті, має право на відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання. Студент, який не використав надане йому право у встановлений термін або пропустив заняття без поважних причин, отримує за кожне пропущення заняття 0 балів. Студенти, які навчаються за індивідуальним графіком, мають в повному обсязі виконати додаткові індивідуальні завдання, попередньо узгодивши їх з викладачем. Присутність на модульній контрольній роботі є обов'язковою. У випадку відсутності студента на проміжному контролі з поважної причини, підтвердженої документально, йому призначається інша дата складання модульної контрольної роботи.

Академічна доброчесність

Студенти мають дотримуватись правил академічної доброчесності відповідно до «Кодексу академічної доброчесності та корпоративної етики» <http://idgu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-ta-korporativnoyi-etyky-idhu-zatverdzheno-22.12.2023-.pdf>. Наявність академічного плагіату в студентських роботах є

підставою для виставлення негативної оцінки. Списування студентів під час проведення модульної контрольної роботи є підставою для дострокового припинення її складання та виставлення негативної оцінки.

Використання штучного інтелекту

Навчальна дисципліна не передбачає використання здобувачами генеративних моделей штучного інтелекту. Генерація тексту для виконання індивідуальних занять або підготовки до лабораторних занять буде кваліфікуватися як порушення академічної доброчесності.

6. Контрольні заходи та критерії оцінювання

Шкала та схема формування підсумкової оцінки

Результати навчання з освітніх компонентів оцінюються за 100-бальною шкалою (від 1 до 100) з переведенням в оцінку за традиційною шкалою «зараховано» або «не зараховано». Переведення підсумкового балу за 100-бальною шкалою оцінювання в підсумкову оцінку за традиційною шкалою згідно табл. 1.

Таблиця 1.

Переведення підсумкового балу за 100-бальною шкалою оцінювання в підсумкову оцінку за традиційною шкалою

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
51-100	Зараховано
1-50	Не зараховано

Загальна оцінка за курс виставляється за результатами поточного та проміжного згідно табл. 2.

Таблиця 2.

Формування загальної оцінки за курс

	Поточний контроль (середньозважений бал за виконанні лабораторні роботи та виконання індивідуальних та самостійних завдань)	Проміжний контроль (за результатами виконання модульної контрольної роботи)
Максимальна кількість балів	70 балів	30 балів
Мінімальний пороговий рівень	35 бал	16 балів

Форма проміжного контролю: модульна контрольна робота

Форма підсумкового контролю: залік

Критерії оцінювання під час аудиторних занять

Під час поточного контролю оцінюються відповіді студента на семінарських заняттях, а також результати самостійної та індивідуальної роботи. Нарахування балів за поточний контроль відбувається відповідно до «Положення про порядок оцінювання рівня навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в умовах ЄКТС» (http://idgu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/09/polozhennja_pro_porjadok_ocinjuvannja_rivnja_n_avchalnyh_dosjahnen_z_i_zminamy-vid-28.08.2020-protokol-1.pdf).

Оцінювання роботи на семінарських заняттях, індивідуальної та самостійної роботи здійснюється за шкалою від «0» до «5». Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на семінарських заняттях приведені у табл. 3.

Таблиця 3.

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на лабораторних заняттях

Оцінка	Критерії оцінювання навчальних досягнень
5 балів («відмінно»)	Оцінюється робота студента, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст <i>теоретичних запитань</i> та <i>практичних завдань</i> . Використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує завдання стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
4 бали («добре»)	Оцінюється робота студента, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та <i>практичних завдань</i> . Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
3 бали («задовільно»)	Оцінюється робота студента, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень. Виконує практичні завдання. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.
2 бали («незадовільно»)	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
1 бал («початковий рівень»)	Оцінюється робота студента, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді.
0 балів («низький рівень»)	Оцінюється робота студента, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Критерії оцінювання завдань самостійної роботи

Оцінювання індивідуальної та самостійної роботи здійснюється за шкалою від «0» до «5». Здобувач вищої освіти, який з поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості виконати індивідуальне завдання і самостійну роботу, має право на відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання, але до початку екзаменаційної сесії. Здобувач вищої освіти, який не використав надане йому право у встановлений термін або пропустив заняття без поважних причин, отримує за кожне пропущення заняття 0 балів.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Оцінювання проміжного контролю здійснюється за шкалою: від «0» до «30». У разі, якщо здобувач вищої освіти за проміжний контроль менше 16 балів, то він вважається таким, що не склав проміжний контроль. У графі «проміжний контроль» виставляється 0 балів.

Критерії оцінювання під час підсумкового контролю

Залік отримує здобувач вищої освіти, який виконав всі види роботи, визначені в робочій програмі навчальної дисципліни, має достатню кількість балів за поточний контроль (не менше 35 балів) та склав проміжний контроль.

7. Основна література та інформаційні ресурси

1. Види Інтернет-реклами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ilion.digital/ua/vidi-internet-reklami/>

2. Закон України. Про рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
3. Інформатика та комп'ютерна техніка. Технічні засоби навчання: навч. посіб. Переяслав-Хмельницький: Домбровська Я. М., 2019. 214 с.
4. Комп'ютери та комп'ютерні технології / Бродський Ю.Б., Молодецька К.В., Борисюк О.Б., Гринчук І. Ю. Житомир : Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2016. 186 с.
5. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.
6. Реклама і рекламна діяльність : [навч. посіб.] / Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. – Полтава, РВВ ПДАА, 2018. – 230 с.
7. 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.
8. Рекламний український портал. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rup.com.ua>
9. Статті на тему реклами. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://leosvit.com/art>
10. Що таке зовнішня реклама? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.anele.com.ua/shcho-take-zovn%D1%96shnya-vulichna-reklama/>

Затверджено на засіданні кафедри математики, інформатики та інформаційної діяльності
(протокол № 8 від 16 січня 2024 р.)