

Код та назва дисципліни	2-029-04 Таргетована реклама в соціальних мережах / Targeted Advertising on Social Networks
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа ОП «Менеджмент інформаційної діяльності»
Кафедра	Медіакомунікацій та комунікаційних технологій
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	Другий (магістерський).
КУРС, семестр	Будь-який.
Мова викладання	Українська.
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Дисципліни «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю»; базові знання з української та англійської мов.
Що буде вивчатися	Розробка та реалізація комунікаційних та рекламних кампаній в цифрових медіаканалах комунікації.
Чому це цікаво/треба вивчати	Навички розробки та ведення промоушн-кампаній у цифрових медіаканалах затребувані на ринку..
Чого можна навчатися (результати навчання)	Можна навчитися розробці та реалізації промоушн-кампаній в соціальних мережах, YouTube та Google на підставі профілювання цільової аудиторії та створення релевантного повідомлення.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентність)	Набуті компетентності таргетолога дозволяють працювати й у складі підрозділу компанії, і самостійно, як фрілансер.
Інформаційне забезпечення	Malchuk M. V., Adasiuk I. P. Таргетингова реклама як інструмент просування бізнес-сторінок у соціальних мережах. Bulletin National University of Water and Environmental Engineering. 2020. Т. 3, № 91. С. 127. Hrynkevych S. S., Sorokina Z. D., Sitarchuk M. A. Таргетована реклама у соціальних мережах: її популярність та ефективність. The actual problems of regional economy development. 2021. Т. 2, № 17. С. 115–123.
Види навчальних занять	Лекції та практичні заняття.
Вид семестрового контролю	Диференційований залік.
Максимальна кількість здобувачів на семестр	Необмежена
Мінімальна кількість здобувачів	

Декан факультету



Оксана КИРИЛОВА