

**Опис вибіркової навчальної дисципліни
«Реклама у відеоіграх як маркетинговий інструмент»**

Код та назва дисципліни українською мовою/ Назва дисципліни англійською мовою	2-061-1-05 Реклама у відеоіграх як маркетинговий інструмент/ Video game advertising as a marketing tool
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Кафедра	реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	канд. наук із соц. ком. Гусев Андрій Вікторович
Рівень ВО	другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з професійно-орієнтованих дисциплін спеціальностей 061 та 029
Що буде вивчатися	Етапи зародження, формування та розвитку реклами у відеоіграх як специфічного виду інформаційної діяльності; процес інтеграції бренду у відеоігри; переваги інтегрованої реклами у геймінгу; партнерство з розробниками відеоігор.
Чому це цікаво/треба вивчати	У сучасному світі відеоігри є величезним ринком, що генерує значний обсяг доходів. Реклама та зв'язки з громадськістю у відеоіграх вже стали невід'ємною складовою цієї індустрії, що дозволяє брендам підвищувати свою впізнаваність, залучати нові аудиторії та збільшувати свою популярність.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Особливостям створення рекламного контенту у сфері відеоігор. Здатність розуміти й аналізувати різні форми реклами та зв'язків з громадськістю у відеоіграх.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентність)	Після засвоєння курсу студент отримає навички роботи з рекламою у відеоігровій сфері.
Інформаційне забезпечення	1. Teresa de la Hera. Digital Gaming and the Advertising Landscape. Amsterdam University Press B.V., 2019. https://library.oapen.org/bitstream/id/d173c659-cfef-490f-95dc-f3c252e62ff7/9789048538676.pdf 2. Marcus Vitiello. Video Game Advertising from announcement to Release using the AIDAS Model. Arcada University of Applied Sciences: International Business, 2023. 3. Гусев Андрій. Кіберспорт як інструмент брендингу. Медіасфера: локальне та глобальне. Колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро : Журфонд, 2021. С. 89–101.
Види навчальних занять	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр	без обмежень
Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних, творчих дисциплін, за необхідності)	

Декан факультету _____



Оксана КИРИЛОВА