

**ФОРМА опису вибіркової навчальної дисципліни\***

Назва дисципліни	<b>2-061-2-1_Маркетингова комунікація в пострекламну епоху</b>
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	061 Журналістика Реклами та зв'язків з громадськістю
Кафедра	Реклами та зв'язків з громадськістю
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	магістр
Курс (на якому буде викладатись)	
Мова викладання	українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	Студент повинен мати базові теоретичні знання які базуються на вивченні нормативних дисциплін: «Теорія та історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Професійна підготовка», «Система маркетингових комунікацій», «Медіапланування»
Що буде вивчатися	У програмі дисципліни вивчення: Маркетингову комунікацію в умовах сучасного споживчого диджитал-суспільства
Чому це цікаво/треба вивчати	Ви отримаєте знання про новітні методи та технології у маркетинговій комунікації, зокрема, про сторіномику, нейромаркетинг, латеральний маркетинг та agile-маркетинг
Чому можна навчитися (результати навчання)	Використанню сучасних методів та технологій у маркетинговій комунікації
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Набуті компетентності – навички використання сучасних методів та прийомів у маркетинговій комунікації
Інформаційне забезпечення	Опорні конспекти лекцій, спеціалізована наукова література, електронні ресурси та джерела.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції та практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	25
Мінімальна кількість здобувачів (для мовних та творчих дисциплін)	