

Назва навчальної дисципліни українською англійською, кількість кредитів	Рекламні поліграфічні технології/ Advertising Technologies for Printing, 5 кредити ECTS
Нормативна/варіативна	вибіркова
Спеціальність	186 «Видавництво і поліграфія»
Освітня програма	Мультимедійні видавничо-поліграфічні технології
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Мова викладання	українська
Прізвище викладача, посада	Зацерковна Роксоляна Станіславівна, доцент кафедри поліграфічних медійних технологій і паковань
Профайл викладача, електронна пошта (телефон за бажанням)	http://pmtп.uad.lviv.ua/zatserkovna-roksolyana-stanislavivna/ zatserkovna.r@gmail.com telegram: @Z_Roksoliana
Рік навчання, семестр	3-ий, 6 семестр
Види занять і години (лекції, практ.заняття, семінари, інше)	Лекції – 34 год., лабораторні заняття – 34 год., самостійна та індивідуальна робота – 82 год.
Формат консультація (аудиторні, онлайн)	аудиторні
Анотація дисципліни	Дисципліна «Рекламні поліграфічні технології» створена у світлі стійкого розвитку медіаіндустрії та попиту на продукцію галузі, спрямована на оволодіння сучасними поняттями і категоріями реклами та паблік рилейшнз (PR), формування знань та вмінь зі створення рекламних текстів та зображень та рекламної продукції загалом.
Мета і короткі завдання	Дисципліна ставить за мету дати студентам уявлення про загальні засади реklamної діяльності та PR, сутність та етапи рекламного процесу, зокрема вивчити особливості технологічних процесів виготовлення друкованої реклами, Інтернет-реклами, зовнішньої та транспортної реклами тощо. Завданнями дисципліни є: сформувати комплекс знань та вмінь зі створення рекламних текстів та зображень, основ PR, технології проектування та виготовлення носіїв друкованої, зовнішньої, інтернет- реклами, оцінки ефективності різних форм і видів реклами і PR; планувати, організовувати і проводити рекламні заходи залежно від поставлених цілей.

<p>Компетентності (програмні), що отримує студент після опанування дисципліни</p>	<p>ЗК-1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК-3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК-8. Здатність працювати в команді. СК-4. Здатність робити оптимальний вибір технологій, матеріалів, обладнання, апаратно-програмного забезпечення, методів і засобів контролю для проектування технологічного процесу виготовлення друкованих і електронних видань, паковань, мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва та поліграфії. СК-5. Здатність проектувати структуру, конструкцію та дизайн друкованих і електронних видань, паковань, мультимедійних інформаційних продуктів та інших видів виробів видавництва та поліграфії, використовуючи сучасне програмне та апаратне забезпечення, з урахуванням вимог до результату, наявних ресурсів та обмежень.</p>
<p>Результати (програмні), що отримує студент після опанування дисципліни</p>	<p>ПР02. Знаходити, оцінювати й використовувати інформацію з різних джерел, необхідну для розв'язання теоретичних і практичних задач видавництва і поліграфії. ПР11. Розробляти концепцію видання; склад, структуру, дизайн і апарат усіх видів виробів видавництва та поліграфії, робочу документацію для забезпечення процесу їх створення. ПР12. Розробляти, забезпечувати й реалізовувати технологічний процес, обґрунтовано обираючи матеріали, системи контролю якості, апаратно-програмні комплекси, обладнання, персонал та інші ресурси.</p>
<p>Зміст програми (основні теми)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зміст та поняття дисципліни. Законодавство України щодо реклами. Історія розвитку реклами. Етапи розвитку реклами та їх суть. 2. Структура системи маркетингових комунікацій і планування рекламної діяльності підприємства (фірми). Взаємозв'язок фірмового стилю та логотипу та їх вплив на рекламу. 3. Копірайтинг як інструмент написання ефективних текстів.

Види та специфікації копірайтингу. Вербальна частина реклами та методи створення рекламних текстів.

4. Класифікація реклами та основні засоби її поширення: радіо, телебачення, кіно тощо.

5. Контроль за рекламною діяльністю. Поняття, рівні та типи контролю. Тактичний та стратегічний контроль реклами. Регулювання рекламної діяльності.

6. Паблік рилейшнз (PR): поняття, історія виникнення, основні принципи. Види діяльності PR. Псевдотехнології PR.

7. Друкована реклама. Переваги та недоліки друкованої реклами. Характеристика носіїв друкованої реклами: флаєр, буклет, календар, проспект, каталог. Нестандартні носії реклами.

8. Основні етапи виготовлення друкованої рекламної продукції.

Розробка елементів текстового та графічного наповнення. Блок-схеми технологічних процесів виготовлення носіїв друкованої реклами.

9. Зовнішня та транспортна реклама.

Види та особливості зовнішньої реклами та реклами на транспорті. Технології виробництва транспортної та зовнішньої реклами.

10. ПОС – матеріали: основні поняття та типи, ефективність використання.

Поняття про ПОС-матеріали. Характеристика основних видів ПОС-матеріалів.

11. Використання доповненої реальності при виготовленні рекламної продукції. Поняття про доповнену реальність (Augmented Reality – AR) та віртуальну реальність (VR). Особливості, технології та приклади використання AR в рекламній продукції.

Система оцінювання студента	<p>Загальна підсумкова оцінка з курсу виставляється шляхом накопичення балів за результатами всіх видів контролю знань.</p> <p>Підсумкова оцінка заноситься у відомість обліку поточної і підсумкової успішності з урахуванням критеріїв оцінки знань студентів за 100-бальною шкалою, в тому числі 50 балів – поточний контроль, 50 балів – модульний контроль.</p> <p>Організація поточного контролю знань студентів передбачає виконання студентами завдань за кожною темою у формі усної відповіді, практичного завдання, тестів теоретичного і прикладного характеру.</p>
Література предмету (до 5 позицій)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дурняк Б.В., Батюк А.Є. Розробка і дизайн рекламних видань: Навч. посібник – Львів: УАД, 2006. – 315 с. 2. Розробка та дизайн рекламних видань. Комп'ютерні технології в рекламі: навч. посіб. / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк, М. А. Назаркевич, О. І. Мриглод — Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. — 198 с. 3. Гавенко С.Ф. та інші. Оздоблення друкованої продукції: технологія, устаткування, матеріали. – Л.: Університет «Україна», УАД. – 2003 – 180с. 4. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама. – К.: Кондор, 2006. – 334 с. 5. Ромат Є. В. Основи реклами / Є. В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с. 6. Зацерковна Р. С., Слоцька Л. С. Використання технології доповненої реальності при виготовленні паковань//Квалілогія книги: зб. наук. праць. – Львів: УАД, 2020. – №1(37). – С. 48-53.
Технічне та програмне забезпечення	Проектор, проекційний екран, доступ до мережі Інтернет, комп'ютерний клас