**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

«**Реклама інформаційних продуктів і послуг**» - це фахово-орієнтована теоретично-практична дисципліна, яка вивчає особливості рекламної діяльності у роботі інформаційника, рекламіста, піарщика, журналіста та налагодження і підтримання контактів між установою чи громадською організацією та широкою громадськістю на основі правди і повної поінформованості.

**Мета вивчення дисципліни** полягає у формування системи знань про специфіку інтернет-маркетингу, особливості та форми реклами в мережі Інтернет і оптимізацію та просування сайтів; а також у отриманні практичних навичок використання маркетингових і рекламних інструментів в інтернет середовищі.

**Завдання дисципліни** полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері Інтернет-маркетингу і у формуванні вмінь та навичок стосовно: визначення основних понять, категорій та інструментарію інтернет-маркетингу; аналізу структури сайту; дослідження базових принципів роботи пошукових систем, оnline бізнес-моделей В2В та В2С, SEO-методологій та інструментів прототипування сайтів; рекламнного таргетування та ретаргетування у соціальних мережах; рекламних інструментів PPC - Pay Per Click та Email-маркетингу; впровадження SEOоптимізації; управління застосуванням маркетингових інструментів Google; розрахунку ефективності рекламних витрат.

**Предмет дисципліни** - це комплекс методів та заходів, що провадяться в мережі Інтернеті та спрямовані на привернення уваги до товару чи послуги; популяризацію цього товару або сайту в мережі і на його ефективне просування з метою продажу.

Відповідно до системи оцінювання знань студентів, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (60 балів) та при проведені підсумкового контролю – заліку/екзамену (40 балів).

ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Студент повинен знати:

• суть та принципи рекламної діяльності;

• суть та принципи діяльності паблік рілейшнз (PR);

• міжнародні й вітчизняні правові акти (Закон «Про рекламу», міжнародні кодекси PR);

• права та обов'язки рекламістів і фахівців у зв'язках із громадськістю;

• особливості, методи і засоби роботи із громадськістю;

• різновиди рекламних та PR -заходів;

• види інформації;

• канали поширення інформації;

• етичні норми і професійні стандарти роботи журналістів, рекламних фахівців і працівників сфери паблік рілейшнз.

Студент повинен вміти:

• організовувати роботу центру зв'язків із громадськістю;

• організовувати роботу прес-служби;

• організовувати роботу рекламної і консультаційної агенцій;

• готувати рекламні гасла, сюжети, тексти;

• готувати прес-релізи, інформаційні повідомлення;

• організовувати і проводити брифінги і прес-конференції;

• організовувати і проводити виставки і ярмарки;

• моніторити інформаційний простір;

• створювати інформаційну базу;

• працювати із журналістами та медіа;

• планувати рекламну кампанію.