Реклама інформаційних ресурсів

Мета – сформувати здатність планувати, реалізовувати й оцінювати цифрові рекламні кампанії для інформаційних ресурсів із застосуванням сучасних інструментів аналітики.



Оксана Олегівна Федотова

доктор історичних наук, старший науковий співробітник,

професор кафедри інформаційної діяльності

Змістовні модулі:

1. Теорія реклами інформаційних ресурсів і цифрові рекламні формати.
2. Стратегії просування: таргетинг, контент-маркетинг, відео та соцмережі.
3. Аналітика, оптимізація, правове регулювання й проєктування кампанії.

Результати навчання:

- визначати цілі, аудиторії та канали рекламного просування;
- проєктувати рекламну кампанію й відповідні цифрові матеріали;
- застосовувати метрики, тестування та аналітику для оптимізації;
- дотримуватися вимог щодо реклами, авторського права й персональних даних.

Семестр: 3 Форма контролю: залік

Кількість годин / кредитів: 180 / 6

Кафедра інформаційної діяльності