

Анотація дисципліни «Дизайн реклами»

Дисципліна «Дизайн реклами» передбачає вивчення матеріалу у вигляді чотирьох модулів. Перший модуль присвячений основним поняттям та елементам графічного дизайну, а також особливостям їх використання. Розглядаються питання композиції та розташування, кольорова теорія та використання кольорів у рекламі, фундаментальні поняття типографіки, такі як шрифти, гарнітура, міжсимвольний та міжслов'яний інтервали, правила вибору та використання шрифтів у дизайні тексту, питання типографіки та веб-дизайну, спеціальні типографічні ефекти та дизайнерські прийоми, такі як кернінг, ледінг, трекінг та інші. Проводиться огляд програмного забезпечення та інструментів, що використовуються у графічному дизайні.

Другий модуль присвячений принципам композиції та структура рекламних матеріалів, розміщенню та структурі заголовків, підзаголовків та основного тексту, використанню зображень, ілюстрацій та графіки в рекламних матеріалах, створенню графічних композицій з використанням фотографій та інших візуальних матеріалів, принципам створення ефективного логотипу, питанням використання шрифтів, кольорів та графічних елементів у дизайні логотипу. Також розглядаються питання створення цілісної системи брендингу, включаючи фірмовий стиль, колірну гаму, типографіку, адаптації логотипу та брендингу до різних носіїв та платформ.

У третьому модулі показується специфіка дизайну афіш та листівок як друкованих рекламних матеріалів, особливості поширення афіш та листівок в рекламних кампаніях, розглядаються питання веб-присутності та інтернет-реклами в сучасному маркетингу, створення привабливих та функціональних лендінг-сторінок, використання баннерної реклами, рич-медіа та відео на веб-ресурсах, розробки рекламних кампаній для соціальних медіа: контент-стратегія, таргетинг, SMM. Також досліджуються особливості створення і використання різних видів відеореклами (реklamних роликів, product placement, influencer marketing), питання планування та реалізації відеореklamних кампаній в інтернеті та на ТБ, оцінки ефективності відео та мультимедійної реклами.

У рамках четвертого модуля проводиться **аналіз ефективності рекламних кампаній**, визначення ключових показників ефективності (KPI) реклами, досліджуються методи збору та аналізу даних про результати рекламної кампанії, використання веб-аналітики, опитувань, фокус-груп для збору зворотного зв'язку, особливості інтерпретації результатів аналізу та формулювання рекомендацій для оптимізації майбутніх рекламних кампаній.