

Тема 9. Інновації та тренди в рекламі

План заняття:

1. Вірусна реклама, гейміфікація, інтерактивність.
2. Використання Big Data і штучного інтелекту.
3. Нові формати і технології в управлінні рекламною діяльністю.
4. Антикризисні рекламні стратегії.

Питання для обговорення:

1. У чому полягає сутність інновацій у рекламній діяльності та як вони впливають на ефективність маркетингових комунікацій?
 2. Які основні тренди розвитку сучасної реклами у світі та в Україні?
 3. Як цифрові технології (AI, Big Data, автоматизація, програматик-реклама) змінюють процес створення і розповсюдження реклами?
 4. Яке місце займають соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) у сучасній рекламній стратегії брендів?
 5. Як впливають інфлюенсери та лідери думок на формування споживчих переваг?
 6. У чому полягають особливості контент-маркетингу та нативної реклами, і чому вони вважаються ефективними у XXI столітті?
 7. Які можливості для реклами відкривають віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR)?
 8. Як використання нейромаркетингу та біометричних технологій допомагає вивчати реакцію споживачів на рекламу?
- Що таке сталий (етичний, екологічно свідомий) маркетинг, і як він проявляється в сучасних рекламних кампаніях?

Завдання для вирішення:

Завдання 1. У 2023 році мережа супермаркетів «Сільпо» запустила мобільну гру для дітей під назвою Chroma Legends, яка поєднує елементи гейміфікації з програмою лояльності. Гра дозволяє користувачам виконувати завдання, збирати бали та обмінювати їх на реальні призи, а також взаємодіяти з мобільним додатком «Сільпо» для отримання додаткових бонусів.

- Як поєднання гейміфікації з програмою лояльності може вплинути на поведінку споживачів?
- Які переваги та виклики має використання мобільних ігор у маркетингових стратегіях ритейлерів?
- Як можна адаптувати подібні ініціативи для інших цільових аудиторій?
- Які додаткові функції можна було б впровадити в мобільний додаток для підвищення залученості користувачів?

Завдання 2. Український бренд «KAVA+» хоче створити креативну онлайн-кампанію, щоб залучити молодь до споживання кави холодного заварювання. Запропонуйте ідею вірусної реклами, яка може поширюватися у TikTok чи Instagram (мем, челендж, коротке відео, інтерактивна історія). Опишіть, як використати елементи гейміфікації — наприклад, гру, вікторину, або систему балів/нагород за участь. Розробіть інтерактивний елемент кампанії (опитування, AR-фільтр, сторіс із вибором варіанту).

Завдання 3. Агентство «AdVision UA» планує запровадити систему аналізу поведінки споживачів на основі Big Data та AI для підвищення ефективності рекламних кампаній. Опишіть, які типи даних може збирати агентство (соцмережі, пошукові запити, геолокація, поведінка користувачів на сайтах). Визначте, як AI може допомогти у персоналізації реклами, у створенні контенту, у прогнозуванні ефективності. Розробіть приклад AI-рішення для реклами: наприклад, чат-бот, який радить продукт, або система автоматичного підбору медіа. Знайдіть приклади українських компаній, які вже застосовують AI у маркетингу

Завдання 4. «Карта трендів» — створити спільну візуальну карту з трендами реклами 2025 року (Miro, Canva)