

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 науково-навчальний інститут бізнесу та сучасних технологій
 кафедра маркетингу
СИЛАБУС
 навчальної дисципліни
 «Інтернет-реклама»
 на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення –	4 курс
Освітня програма/спеціалізація –	
Спеціальність –	
Галузь знань –	
Ступінь вищої освіти –	

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
 науковий ступінь і вчене звання,
 посада
 Контактний телефон
 Електронна адреса
 Розклад навчальних занять
 Консультації очна
 он-лайн:
 Сторінка дистанційного курсу

Івасенко Олена Анатоліївна
 к.е.н.
 доцент кафедри маркетингу
 +38-066-454-96-65
 hivassenko@gmail.com
<http://schedule.puet.edu.ua/>
<http://www.marketing.puet.edu.ua/>
 електронною поштою, у месенджерах
<https://el.puet.edu.ua/>

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою дисципліни є набуття студентами знань, вмінь та практичних навичок щодо планування, організації, реалізації та аналізу ефективності рекламних кампаній через інтернет.
Тривалість	5 кредитів, разом 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота студентів 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторіях, вебінари, виїзні заняття, самостійна робота позааудиторно
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; виконання та захист практичних та домашніх завдань; обговорення проблемних питань; підготовка та виступ доповідями та їх обговорення; тестування; бізнес-гра; поточна модульна робота. Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність базових знань з маркетингу
Мова викладання	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна,
 програмні результати навчання**

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію,	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>	<p>про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК11.Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
1. Маркетингові	відвідування занять; виконання та	Переваги та загрози

комунікації бізнесу on та offline	захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	проведення рекламних кампаній в інтернеті
2. Основи рекламної діяльності	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Особливості рекламної діяльності в інтернет
3. Особливості поведінки ЦА в інтернет, формування портрета споживача	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Дослідження споживачів, визначення ЦА
4. Стратегічне планування рекламної кампанії в мережі інтернет	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Алгоритм формування стратегії та тактики просування товару / бренду в інтернеті
5. Формування воронки продажів та будувannya їх тунелів, впровадження CRM	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Алгоритм створення власної CRM
6. Вебсайт як ефективний елемент / інструмент рекламної діяльності	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Розробка вимог щодо архітектури сторінки / сайту (маркетингові аспекти). Формування вимог щодо рекламного контенту
7. SEO та SEM просування	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Застосування безкоштовних інструментів щодо пошукової оптимізації
8. SMM елемент / інструмент рекламної діяльності	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Формування бізнес-сторінки у Facebook, складання контент-плану, створення рекламного поста, формування рекламної кампанії у Ads Manager
9. Email-маркетинг елемент / інструмент рекламної діяльності	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Формування рекламного html-листа
10. Організація роботи відділу інтернет-реклами / SMM агенції	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи, бізнес-гра	Формування розділу посадових інструкцій: обов'язки

Інформаційні джерела

1. Закон України «Про рекламу» №1121-IV від 11.07.2003 р. (Нова ред. із змінами, внесеними згідно із Законом №270/96-ВР від 26.07.2018 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.help/law/>
2. Закон України «Про телекомунікації» №1280-IV від 18.11.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031280.html
3. Gray O. Digital Marketing Communications / O. Gray, C. Odelli, J. Pearson. // EASA The European Advertising Standards Alliance. – 2015. – р 24
4. SEO-просування. [електронний ресурс]: Комерційне та некомерційне просування. Режим доступу: <https://myborder.ru/seo-i-prodvigeniye/kommercheskoe-i-nekommercheskoe-prodvizhenie/>
5. Виниченко К., Позднякова С. Як скласти семантичне ядро для сайту. 2017. 223 с
6. Дмитрий Кот. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://capweb.ru/books/e-mail-marketing-Ischerpyvayushchee-rukovodstvo.pdf>
7. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. М. : Альпина Паблишер, 2013. 357 с.
8. Ілляшенко Н.С. SEO-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу / Н.С. Ілляшенко, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 3. С. 63–74. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29141/1/Internet-marketing.pdf>
9. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернеттехнологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. 2, № 4. – С. 64-74
10. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagram/>
11. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>
12. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://supa.ru/blog/posts/kak-provesti-analitiku-instagram-akkaunta>
13. Как составить контент-план на год [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/>
14. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Изд.: Альпина Паблишер, 2017. 344 с.
15. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов. ООО "Альпина Паблишер", 2018. 304 с.
16. Назипов Рустам Лидогенерация. Клиентов много не бывает; Питер - М., 2016. - 208 с.
17. Наталия Ермолова. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+, Москва, 2016, - 358 с.
18. Необхідні критерії оцінки сайта. URL: <http://www.svoysite.info/sozдание/kriterii-dostupnosti-i-udobstva-sajta.html>
19. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analitiky-v-instagrammetryku-instrumenty-porady.html>
20. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. Изд.: "Альпина Паблишер", 2017. 225с.
21. Терещенко В.В. Аналіз сучасних методик пошукової оптимізації (SEO) / В.В. Терещенко // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. 2015. Вип. 6(1). С. 48–54. URL: http://www.kdu.edu.ua/PUBL/statti/2015_6_48_6_2015.pdf

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Пакет програмних продуктів Microsoft Office,
2. Соціальні мережі Facebook, Instagram, TikTok, Like, LinkedIn,
3. Месенджери: Viber, WhatsApp Business, Telegram;
4. Програми для створення візуального контенту: Canva <https://www.canva.com/>, Crello <https://crello.com/uk/>, PicsArt <https://picsart.com/explore>,

5. Безкоштовні інструменти для SEO аналізу сайту: <http://simple-seo-tools.com/ru>,
інструменти SEO-спеціаліста: <http://lenartools.ru/>,
<https://my.stripo.email/cabinet/#/login?guid=&tn=&locale=ru&fpr=>
6. Інструменти email-реклами:
<https://my.stripo.email/cabinet/#/login?guid=&tn=&locale=ru&fpr=>

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності).

Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.

Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publicna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни