

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
 «ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Навчально-науковий інститут денної освіти
 Кафедра маркетингу
СИЛАБУС
 навчальної дисципліни
 «Інтернет-реклама»
 на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення –	3 курс, 5 семестр
Освітня програма/спеціалізація –	Маркетинг
Спеціальність –	075 Маркетинг
Галузь знань –	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти –	бакалавр

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
Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Здатність працювати в команді. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
інструментарію. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	інноваційної діяльності. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теоретичні основи рекламної діяльності в Інтернет		
1. Рекламна діяльність в інтернеті	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Переваги та загрози проведення рекламних кампаній в інтернеті
2. Маркетингові комунікації бізнесу в інтернеті	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
Модуль 2. Рекламна діяльність в Інтернет		
5. Вебсайт як ефективний інструмент просування	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
6. 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
7. 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

8. Email-маркетинг в рекламуванні товарів та послуг	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи	Формування рекламного html-листа
9. Ефективність інтернет-реклами	Методи оцінки ефективності інтернет-реклами. Критерії ефективності інтернет-реклами	Формування КРІ рекламної компанії
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. Gray O. Digital Marketing Communications / O. Gray, C. Odelli, J. Pearson. // EASA The European Advertising Standards Alliance. – 2015. – р 24
2. SEO-просування. [електронний ресурс]: Комерційне та некомерційне просування. Режим доступу: <https://myborder.ru/seo-i-prodvigeniye/kommercheskoe-i-nekommercheskoe-prodvizhenie/>
3. Безтелесна Л., Куліш Д. Інтернет-реклама як інструмент управління продажами: оцінка, тенденції та ефективність The collection of scientific papers presents abstracts at the International Scientific and Practical Conference "Socially Competent Corporate Governance in Behavioral Economics", November 24–25, 2021. They reflect the theoretical foundations, prospects for ensuring the efficiency of economic entities, prospects for corporate development in neo-industrial development. economy. – с.14-16. Режим доступу: https://www.researchgate.net/profile/Kostiantyn-Pavlov/publication/358890236_SOCIALLY_COMPETENT_MANAGEMENT_OF_CORPORATIONS_IN_BEHAVIORAL_CONDITIONS_ECONOMICS_Chapter_1_Collection_of_scientific_papers/links/621aff41b1bace00839eee9a/SOCIALLY-COMPETENT-MANAGEMENT-OF-CORPORATIONS-IN-BEHAVIORAL-CONDITIONS-ECONOMICS-Chapter-1-Collection-of-scientific-papers.pdf#page=14
4. Виниченко К., Позднякова С. Як скласти семантичне ядро для сайту. 2017. 223 с
5. 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/>
6. 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
7. 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>
8. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернеттехнологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. 2, № 4. – С. 64-74
9. Мороз Л.А., Косар Н.С., Кузьо Н.С. Інтернет-реклама в Україні: особливості, виклики, перспективи розвитку //Л.А. Мороз, Н.С. Косар, Н.С. Кузьо // Том 1 № 29 (2018): Вісник ХДУ Серія Економічні науки Режим доступу: <http://www.ej-journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/193>
10. Мальчик М.М. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості / М.М. Мальчик, І.П. Адасюк// Journal of Lviv Polytechnic National University Series of Economics and Management Issues. Vol. 5, No. 1, 2021 – с. 75-85. Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23590/210488verstka-77-87.pdf>
11. Необхідні критерії оцінки сайту. URL: <http://www.svoysite.info/sozdanie/kriterii-dostupnosti-i-udobstva-sajta.html>
12. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analityky-v-instagrammetryky-instrumenty-porady.html>
13. Романенко Л.Ф. Інтернет-реклама: її види та інструменти //Л.Ф. Романенко// Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України, №1(123), вересень 2017 р. Режим доступу: [http://ird.gov.ua/sep/sep20171\(123\)/sep20171\(123\)_071_RomanenkoL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20171(123)/sep20171(123)_071_RomanenkoL.pdf)
14. Садогурська К. В., Дуб В. В., Гоцанюк А. В. Інтернет-реклама в системі управління маркетингом / К. В. Садогурська, В. В. Дуб, А. В. Гоцанюк // Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : Матеріали доповідей ІХ науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2020 р.). Х. : Монограф. 2020. – с. 225-226.
15. 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: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); 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/neformalna-osvita>

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

