

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
науково-навчальний інститут денної освіти
кафедра маркетингу

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Інтернет-реклама»
на 2025-2026 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Іваницька Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: у месенджерах, електронною поштою
Сторінка дистанційного курсу	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
ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
середовища. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	діяльності ринкових суб'єктів. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
1. Маркетингові комунікації бізнесу on та offline	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. 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 будівництва 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-	відвідування занять; виконання та захист домашнього завдання;	Формування розділу посадових інструкцій:

реклами / SMM агенції	обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи, бізнес-гра	обов'язки
-----------------------	---	-----------

Інформаційні джерела

1. Ivannikova M.M. Digital marketing technologies for small and medium enterprises / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник НТУУ «КПІ». - Київ, 2021. - № 18. Режим доступу: <https://cutt.ly/j1FPBk>
2. Ivannikova M.M. The influence of the consumer's type - physical or digital - on their behavioral characteristics / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2020, № 2(20). - с. 113-118. ISSN 2415-3974. Режим доступу: <https://cutt.ly/61lFEfm>
3. Top 10 Agriculture Trends, Technologies & Innovations for 2022. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/agriculture-trends-innovation/>
4. Желізняк В. В., Іваннікова М. М. CRM-система як цифрове рішення для управління клієнтами / Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – с. 176-180. <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13327>
5. Іваннікова М.М. The role of social media marketing in promoting small and medium business / М.М. Іваннікова, Бодам Богнет Сімон // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. - Полтава, 2020. - № 4 (100). - pp. 59-63. Режим доступу: <https://cutt.ly/Y1lFUmb>
6. Іваннікова М.М. Інноваційні маркетингові технології для підприємств малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова, Н.І. Яловега, Т.М. Білоусько, А.М. Захаренко-Селезньова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. - Видавничий дім «Гельветика», 2023. - №3 (109). - С.46-53. Фахова. Режим доступу: <https://bit.ly/3RjCkb3>
7. Карпенко Н. В., Іваннікова М. М., Іванніков Р. В. Інтегровані моделі цифрового маркетингу для побудови впізнаваності бренду. Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Львів, 21-22 березня 2024 року [Електронне видання]. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. с. 144-147. <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13607>
8. Пепчук, С., & Яценюк, І. (2024). Цифровий маркетинг як елемент маркетингових комунікацій. Collection of Scientific Papers «SCIENTIA», (March 22, 2024; Riga, Latvia), 23–25. Retrieved from <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/1701>
9. Стамат В. М., Нехайчик Є. Є. Основні тренди маркетингової діяльності: світовий погляд. Modern Economics. 2023. № 38(2023). С. 152-157. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-23)
10. Юрчук Н. П., Кіпоренко С. С. Розвиток технологій Big Data в умовах цифрових трансформацій. Агросвіт. 2021. № 9–10. С. 60–68. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.9-10.60>
11. Юхименко-Назарук, І., Санжаревський, О., Олексієв, Т., Матвій, І., & Шитов, В. (2024). Цифрова інтеграція в територіальному маркетингу. *Via Economica*, (4), 207-211.
12. АРХИПОВА, Т., & АВРАМЕНКО, Н. (2023). ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 318(3), 63-67. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-9>
13. 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/>
14. 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

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Пакет програмних продуктів Microsoft Office,
2. Соціальні мережі Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn,
3. Месенджери: Viber, WhatsApp Business
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/>, інструменти SEO-спеціаліста: <https://stripo.email/ua/about-us/>
6. Інструменти email-реклами: <https://my.stripo.email/account/1567886/1601948/emails>

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. 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).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu-1.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/por-likvid-akad-zaborgovanosti.pdf>

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 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. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannavyvpadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuaczij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/student-skyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti/>

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	Оцінка за	Оцінка за національною шкалою
------------------------	-----------	-------------------------------

навчальної діяльності	шкалою ЄКТС	
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