

СИЛАБУС

навчальної дисципліни «ІНТЕРНЕТ - РЕКЛАМА»

Спеціальність	075 «МАРКЕТИНГ»
Освітня програма	ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	вибіркова
Курс / семестр вивчення	7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	6 кредитів ЄКТС / 180 годин
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 40 год.
	Практичні, семінарські заняття - 40 год.
	Самостійна робота - 100 год.
Вид індивідуального завдання	реферат
Форма підсумкового контролю	екзамен
Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
Викладач /і:	Светлова Ніна Миколаївна
Контактна інформація викладача/ів:	E-mail: gurba58@gmail.com тел. +380974924004
Дні занять	Згідно з розкладом
Консультації	Очні консультації: згідно з графіком Дистанційні: електронна пошта, групи у Вайбері, Телеграмі
<p style="text-align: center;">Анотація навчальної дисципліни:</p> <p>Інтернет-реклама - реклама, що розміщується в інтернеті, переважно на популярних вебсайтах, що добре себе зарекомендували (наприклад Google); представлення товарів, послуг або підприємства в мережі. Інтернет-реклама адресована масовому клієнту і має характер переконання.</p> <p>Інтернет реклама дозволяє вирішувати практично всі завдання, що стоять перед комерційним вебсайтом, будь це Інтернет-магазин, сервісні послуги або дистриб'ютори. Інтернет-реклама стає більш доступною для малого бізнесу.</p> <p>Інтернет-реклама має, як правило, двоступеневий характер.</p> <p>Зовнішня реклама, що розміщується рекламодавцем у видавців - рекламний носій. Види цієї реклами: банери, текстові блоки, байрікі, міні сайти, Interstitials. Така реклама зазвичай має посилання безпосередньо на сайт рекламодавця.</p> <p>Ключовою відмінністю Інтернет-реклами від будь-якої іншої є можливість відстеження рекламних контактів. За рахунок можливості відслідковування реакції і дій користувача мережі Інтернет рекламодавець може швидко вносити зміни до чинної рекламної кампанії. Бажані дії користувача називаються конверсією.</p> <p>Однією з основних сучасних технологій Інтернет-реклами є RTB-платформа (англ. Real Time Bidding), що дозволяє влаштовувати аукціон рекламних оголошень в реальному часі.</p> <p>Користувачі звикають до того, що вони можуть, не встаючи із стільця і не виходячи з будинку, дізнатися про те, де, як і за яку ціну вони можуть купити певний товар або послугу. Але навіть якщо вони нічого не куплять, інформація про фірму запам'ятається.</p>	

<p>Мета навчальної дисципліни:</p>	<p>отримання студентами базових уявлень про рекламні технології в мережі «Інтернет», що дають можливість орієнтуватися в рекламних стратегіях інтернет-бізнесу та інтернет-реклами, у питаннях отримання, обробки та інтерпретації необхідної для рекламної діяльності інформації з метою підготовки змісту, оформлення рекламних повідомлень, прийняття оптимальних рішень з проведення рекламних кампаній, оцінки ефективності рекламної діяльності в мережі Інтернет.</p>
<p>Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:</p>	<p>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 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 компетентності (ЗК) обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 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>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення компетентності (СК) предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p>

	<p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</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>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для ефективної маркетингової діяльності в Інтернеті.</p> <p>СК16. Здатність до провадження маркетингової діяльності в Інтернеті.</p> <p>СК17. Здатність розробляти плани маркетингових комунікацій та реалізовувати їх із застосуванням цифрових технологій.</p> <p>СК18. Здатність використовувати методи пошукової оптимізації сайтів.</p> <p>СК19. Здатність розробляти та застосовувати сучасні прийоми, методи та стратегії e-mail-маркетингу.</p> <p>СК20. Здатність організовувати та впроваджувати інтернет-продажі за використанням методів збутової діяльності.</p>
<p>Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)</p>	<p>Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання</p>

	<p>професійної термінології.</p> <p>P20. Формування ефективні комунікації зі споживачами за допомогою email-маркетингу.</p> <p>P23. Вибудовувати стратегію активної присутності компанії в сучасних соціальних мережах.</p> <p>P24. Застосовувати сучасні цифрові технології в процесі практичного впровадження маркетингових комунікаційних кампаній.</p>
Очікувані результати навчання:	<p>ОРН 1. Формування обґрунтованих пропозицій щодо застосування різних видів інтернет-реклами.</p> <p>ОРН 2. Здатність застосовувати кумулятивні знання у сфері інтернет-реклами для виявлення тенденцій новітнього розвитку світового ринку реклами.</p> <p>ОРН 3. Здатність планувати рекламну кампанію в Інтернет з використанням доцільних видів розміщення рекламних звернень.</p> <p>ОРН 4. Здатність розробляти дизайн інтернет-реклами в залежності від необхідності впливу на споживачів.</p>
Зміст навчальної дисципліни:	
<p>Тема 1. Основні поняття, категорії та інструментарій інтернет-реклами.</p> <p>Тема 2. Особливості організації реклами в інтернеті. Загальна схема роботи інтернет-реклами, її ознаки, основні види, переваги і недоліки.</p> <p>Тема 3. Аудиторія в інтернет-рекламі.</p> <p>Тема 4. Важливі налаштування тестових рекламних кампаній.</p> <p>Тема 5. Оформлення рекламних оголошень.</p> <p>Тема 6 Особливості таргетованої реклами у фейсбуку та інстаграмі.</p> <p>Тема 7. Найефективніші види інтернет-реклами.</p>	
Рекомендовані джерела:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами : навч.посіб. Київ: ДУТ, 2019. 351 с. 2. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-методичний посіб. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021.454 с. 3. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с. 4. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства: практикум. Кривий Ріг: КДПУ, 2020. 112 с. 5. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посіб. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с. 6. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2018. 292 с. URL: http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477 7. Види реклами в інтернеті. URL: https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-po-seo/vydy-reklamy-v-interneti/ 8. Глосарій сфери інтернет-реклами. URL: https://inau.ua/proekty/hlosariy-sfery-internet-reklamy 9. Інтернет-реклама: якою вона буває. URL: 	

[https://ips.ligazakon.net/document/reader/BZ013010?q=\(дата звернення: 13.02.2023\).](https://ips.ligazakon.net/document/reader/BZ013010?q=(дата%20звернення%3A%2013.02.2023))

10. Інтернет-реклама: види, приклади, пояснення. URL: <https://bevisible.com.ua/blog/vydy-internet-reklamy/>
11. Інтернет-реклама: основні правові моменти. URL: <https://go-advocate.com/internet-reklama-osnovni-pravovi-momenty/>
12. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навч. посіб. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ: «Лілея-НВ». 2015. 264 с.- URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>
13. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР.
14. Реклама в інтернеті – основні види та особливості. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/reklama-v-internete-osnovnye-vidy-i-osobennosti>
15. Реклама в інтернеті. URL: <https://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1132-reklama-v-interneti--top-10-populyarnix-vidiv-reklami.html>
16. Реклама в інтернеті – ТОП-15 найефективніших видів інтернет-реклами з прикладами. URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/193-reklama-v-interneti-top-10.html>
17. Романенко Л. В. Інтернет-реклама: її види та інструменти. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20171\(123\)/sep20171\(123\)_071_RomanenkoL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20171(123)/sep20171(123)_071_RomanenkoL.pdf)

Система оцінювання результатів навчання:

Екзамен	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)
----------------	------------------------------	--	---------------------------------

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Екзамен	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
----------------	------------------------------	---	---------------------------------

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Усне опитування;
- 3) Виконання практичних завдань;
- 4) Електронне тестування;
- 5) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 6) Виконання завдань самостійної роботи.

Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C	задовільно	
64-73	D		
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	---	--	---

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порухеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком студента є перегляд новин на Телеграм-каналі.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Документознавство».

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й семінарські заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

Силабус відповідає змісту освітніх програм: ОПІ «Діджитал маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» (а саме: відповідність назві дисципліни, кількості кредитів, формі підсумкового контролю, набору компетентностей і результатів навчання), яка пройшла процедуру рецензування стейкхолдерами.