



Силабус навчальної дисципліни «Інтернет-реклама»

| | |
|--|--|
| Спеціальність | Без обмежень за спеціальностями |
| Освітня програма | Без обмежень за освітніми програмами |
| Освітній рівень | Першій (бакалаврський) |
| Статус дисципліни | Вільний майнор |
| Мова викладання | Українська |
| Курс / семестр | 2 курс, 1 семестр або 2 курс, 2 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 4,0 |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції – 20 год. |
| | Практичні – 20 год. |
| | Самостійна робота – 80 год. |
| Форма підсумкового контролю | Диференційований Залік 3 семестр / Диференційований Залік 4 семестр |
| Кафедра | Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html |
| Викладач (-і) | Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н. |
| Контактна інформація викладача (-ів) | hivassenko@gmail.com |
| Дні занять | За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу |
| Консультації | Аудиторія 108/1 А, відповідно до графіку |
| Мета навчальної дисципліни | –оволодіння студентами базовими навичками щодо рекламних технологій у мережі Інтернет. Курс дозволяє слухачам навчитися орієнтуватися в: рекламних стратегіях сучасного бізнесу; питаннях отримання, обробки та інтерпретації необхідної для рекламної діяльності інформації; підходах у підготовці змісту та оформлення рекламних повідомлень; прийнятті оптимальних рішень в ході створення та просування рекламних кампаній; оцінки ефективності рекламної діяльності в мережі Інтернет. |
| Результати вивчення навчальної дисципліни: | знати: основні тренди цифрового ринку, підходи до генерування ідей інтернет-реклами, дослідження цільової аудиторії, поведінки інтернет-покупця, головні етапи становлення ринку інтернет-реклами у світі та основні його тренди; основні терміни, що функціонують у галузі реклами; КРІ інтернет-реклами; процеси аудиту рекламних кампаній. норми правового регулювання рекламної та PR-індустрії у вітчизняному та міжнародному інтернет-просторі. вміти: володіти основними рекламними інструментами в інтернеті; застосовувати отримані знання до реалізації рекламної кампанії; розробляти стратегії та тактики системного інтернет-просування; володіти навичками просування товарів та послуг. володіти: засобами та методами розробки, планування, реалізації та аудиту інтернет-реклами. |
| Передумови для навчання: | |
| Попередньо опановані дисципліни: маркетинг, інформатика, інформаційні системи та технології в маркетингу | |
| Зміст навчальної дисципліни | |
| Тема 1. Місце інтернет-реклами у сучасних маркетингових комунікаціях вітчизняного бізнесу. Тема 2. Маркетингові комунікації, роль та місце інтернет-реклами. Тема 3. Цифровий споживач та його поведінка. Тема 4. Медіапланування рекламної кампанії в інтернеті. Тема 5. Основні характеристики та види банерної й тизерної реклами. Тема 6. Екосистема інтернет-реклами. Тема 7. Ефективність інтернет-реклами. Тема 8. Організація роботи відділу маркетингу. | |
| Сторінка курсу на | Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, |



платформі Moodle завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів. [https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4008]

Рекомендовані джерела:

1. Закон України “Про інформацію” 2.10.1992.
2. Закон України про рекламу. – К.: Парламентське вид-во, 2000.
3. Закон України. Про захист інформації в автоматизованих системах: Затверджено 5 лип. 1994 р. // Відомості ВРУ. – 1994.– № 31. 24
4. Закон України. Про інформацію: Закон України: Затверджено 2 жовт. 1992 р. //Відомості ВРУ. –1992. – № 48.
5. Internet worldstats. Сайт URL:http://www.internetworldstats.com/stats4.htm.
6. The Interactive Advertising Bureau Сайт URL: http://www.iab.net/media/file/IAB_Internet_Advertising_Revenue_Report_FY_2013.pdf.
7. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. : Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2001.
8. Вітренко А. Процеси глобалізації світового ринку рекламних послуг та їх вплив на розвиток національного ринку реклами України / А. Вітренко // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2011. – № 123. – С. 57–61.
9. Шелест О. Агентство Інтернет-реклами «Prodex» / О. Шелест [Електронний ресурс]. – Режим доступу : banner.ukr.prodex.net.ua.
10. Всеукраїнська рекламна коаліція // Рекламний ринок [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.adcoalition.

Система оцінювання результатів навчання

Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них: 70 балів відведено на поточний контроль, а 30 балів – на підсумковий (для допуску до диференційованого заліку необхідно мати не менше 35 балів поточної успішності).

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

(вказати лише ті види робіт, за які передбачено нарахування балів)

| Види навчальної роботи | Мах кількість балів |
|--|---------------------|
| Виконання завдань на практичному занятті | 70 |
| Диференційований залік | 30 |
| Максимальна кількість балів | 100 |

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |
|--|-------------|-------------------------------|
| 90 - 100 | A | відмінно |
| 82 - 89 | B | добре |
| 74 - 81 | C | |
| 64 - 73 | D | |
| 60 - 63 | E | задовільно |
| 35 - 59 | FX | |
| 1 - 34 | F | незадовільно |

Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак



повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=214169>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «30» січня 2023 року № 1