

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та БД	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма		факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	перший (бакалаврський)	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Афанасьєва Оксана Пилипівна



Вища освіта – спеціальність Менеджмент у невиробничій сфері

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент кафедри маркетингу та комерційної діяльності

Досвід роботи – 27 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка посібників і методичних рекомендацій
- співавторка наукових публікацій в сфері цифрового маркетингу;
- учасниця наукових і методичних конференцій
- керівник наукових студентських робіт, публікацій і дипломних робіт за тематикою курсу
- викладач курсів: «Фундаментальний маркетинг», «Цифровий маркетинг», «Інтернет маркетинг», «SMM (маркетинг в соціальних мережах)»

телефон	0976942442	електронна пошта	marketoshka@gmail.com	дистанційна підтримка	Telegram
---------	------------	------------------	-----------------------	-----------------------	----------

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	• формування компетенцій у сфері інтернет-реклами, розуміння її інструментів, аналізу ефективності та застосування у маркетингових стратегіях бізнесу.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	• знання основних форматів інтернет-реклами / лекційний матеріал, тестування • вміння налаштовувати рекламні кампанії у Google Ads, Meta Ads / практичні заняття • аналіз ефективності рекламних кампаній за ключовими метриками / кейс-стаді, групові завдання • розробка рекламної стратегії для бізнесу / підсумковий проєкт
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекцій, 18 годин практичних; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

Лекція 1.	Вступ до інтернет-реклами: історія, тренди, перспективи.	Практичне заняття 1	Аналіз ринку інтернет-реклами.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ інтернет-реклами, ролі реклами у сучасному бізнесі та основних стратегій інтернет просування. Правові аспекти та етика інтернет-реклами. Вплив законодавчих обмежень на ринок інтернет-реклами.
Лекція 2.	Основні види та формати інтернет-реклами.	Практичне заняття 2	Робота з рекламними платформами Google Ads та Meta Ads.		
Лекція 3.	Структура рекламної кампанії та принципи її ефективного налаштування.	Практичне заняття 3	Створення рекламних креативів та тестування форматів.		
		Практичне заняття 4	Налаштування першої рекламної кампанії в Google		

Модуль 2. ОПТИМІЗАЦІЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ

Лекція 4.	Метрики оцінки ефективності реклами: CTR, CPC, CPA, ROI.	Практичне заняття 5	Аналіз ефективності рекламних кампаній на основі реальних даних.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Розробка проекту інтернет-реклами.
Лекція 5.	Таргетинг та ретаргетинг: принципи, інструменти, ефективність.	Практичне заняття 6	Налаштування таргетованої реклами у Meta Ads.		
Лекція 6.	Тенденції розвитку рекламних форматів у соцмережах.	Практичне заняття 7 Кейс	Використання штучного інтелекту у інтернет-рекламі.		
		Практичне заняття 8	Робота з програмними інструментами автоматизації реклами.		
		Практичне заняття 9	Оцінка та коригування розроблених студентами проектів інтернет-реклами. Тестування.		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-методичний посіб. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021.454 с. 2. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с. 3. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс. 2019. 224 с.	Методичне забезпечення	1. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання. 2. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання. 3. Афанасьєва О.П. Збірник тестів для поточного контролю знань з дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.
------------	---	------------------------	--

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 80	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 20	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 80	практичні заняття
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.