

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



## ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

спеціальність	075 Маркетинг	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	Маркетинг	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	<ul style="list-style-type: none"><li>формування компетенцій у сфері інтернет-реклами, розуміння її інструментів, аналізу ефективності та застосування у маркетингових стратегіях бізнесу.</li></ul>
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"><li>знання основних форматів інтернет-реклами / <b>лекційний матеріал, тестування</b></li><li>вміння налаштовувати рекламні кампанії у Google Ads, Meta Ads / <b>практичні заняття</b></li><li>аналіз ефективності рекламних кампаній за ключовими метриками / <b>кейс-стаді, групові завдання</b></li><li>розробка рекламної стратегії для бізнесу / <b>підсумковий проєкт</b></li></ul>
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

<b>Література</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с.</li> <li>3. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с.</li> <li>4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс. 2019. 224 с.</li> </ol>	<b>Методичне забезпечення</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.</li> <li>2. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.</li> <li>3. Афанасьєва О.П. Збірник тестів для поточного контролю знань з дисципліни «Інтернет-реклама» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.</li> </ol>
-------------------	---	-------------------------------	--

## 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.