

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МЕДІАПЛАНУВАННЯ

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">формування компетенцій у сфері планування, розробки та оцінки ефективності медіакампаній для досягнення бізнес-цілей підприємства.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">знання основних принципів медіапланування / лекційний матеріал, тестуваннявміння працювати з медіаплатформами та рекламними кабінетами (Google Ads, Meta Ads) / практичні заняттяаналіз ефективності рекламних кампаній за ключовими метриками / кейс-стаді, групові завданнярозробка комплексної стратегії медіапланування / підсумковий проєкт медіаплану
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 МЕДІАПЛАНУВАННЯ

Лекція 1.	Вступ до медіапланування. Роль медіапланування в маркетингових комунікаціях.	Практичне заняття 1	Аналіз медіаринку України: основні гравці та тренди.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ медіапланування, ролі реклами у сучасному бізнесі та основних стратегій медіапланування. Правові аспекти та етика в медіаплануванні. Захист даних споживачів та конфіденційність. Правові норми та регуляції в різних країнах.
Лекція 2.	Медіаканали та їх характеристики	Практичне заняття 2	Огляд традиційних та цифрових ЗМІ.		
Лекція 3.	Аналіз ринку, визначення цільової аудиторії і відповідних їм ЗМІ.	Практичне заняття 3,4	Робота з рекламними кабінетами Google Ads, Meta Ads		

Модуль 2. РОЗРОБКА ТА ОЦІНКА МЕДІАПЛАНУ

Лекція 4.	Процес створення медіаплану	Практичне заняття 5	Крос-медійне планування: інтеграція різних каналів комунікації.	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Розробка медіаплану для обраного підприємства.
Лекція 5.	Використання AI та автоматизованих систем у медіаплануванні.	Практичне заняття 6	Розробка медіаплану за допомогою AI		
Лекція 6.	Метрики ефективності в медіаплануванні. Стратегії бюджетування та розподіл рекламного бюджету.	Практичне заняття 7 Кейс	Аналіз ефективності рекламної кампанії.		
		Практичне заняття 8	Розрахунок бюджету медіаплану для конкретного бізнесу.		
		Практичне заняття 9	Оцінка та коригування розроблених студентами медіапланів. Тестування.		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	<ol style="list-style-type: none"> Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навч. посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. 3. Медіапланування. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс. 2019. 224 с. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с. 	Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Медіапланування» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання. Афанасьєва О.П. Збірник тестів для поточного контролю знань з дисципліни «Медіапланування» 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.