

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



## МЕДІАПЛАНУВАННЯ

спеціальність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	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	<ul style="list-style-type: none"><li>• формування компетенцій у сфері планування, розробки та оцінки ефективності медіакампаній для досягнення бізнес-цілей підприємства.</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 принципів медіапланування / <b>лекційний матеріал, тестування</b></li><li>• вміння працювати з медіаплатформами та рекламними кабінетами (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 комплексної стратегії медіапланування / <b>підсумковий проєкт медіаплану</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 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	Робота з рекламними кабінетами Google Ads, Meta Ads		

### Модуль 2. РОЗРОБКА ТА ОЦІНКА МЕДІАПЛАНУ

Лекція 4.	Процес створення медіаплану	Практичне заняття 4	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 5.	Розробка медіаплану за допомогою AI		
Лекція 6.	Метрики ефективності в медіаплануванні.	Практичне заняття 6 Кейс	Аналіз ефективності рекламної кампанії.		
Лекція 7.	Стратегії бюджетування та розподіл рекламного бюджету.	Практичне заняття 7	Розрахунок бюджету медіаплану для конкретного бізнесу.		
		Практичне заняття 8	Оцінка та коригування розроблених студентами медіапланів. Тестування.		

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навч. посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с.
2. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. 3. Медіапланування. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс. 2019. 224 с.
4. 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

1. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.
2. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Медіапланування» для здобувачів спеціальності D5 Маркетинг, 2025. – Електронне видання.
3. 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.