

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Бубенець Ірина Георгіївна



Вища освіта – спеціальність Маркетинг

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

Досвід роботи – більше 20 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка посібників і методичних рекомендацій
- авторка наукових публікацій в сфері маркетингу та реклами;
- учасниця наукових і методичних конференцій
- керівник наукових студентських робіт, публікацій і кваліфікаційних робіт студентів
- членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу»

телефон

електронна пошта

bubirag8@gmail.com

дистанційна підтримка

Google Meet: <https://meet.google.com/imd-xqvh-eog>
Moodle: <https://moodle.btu.kharkiv.ua/login/index.php>

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">знання основних форматів інтернет-реклами / практичні заняття, індивідуальні завданнявміння налаштовувати рекламні кампанії у Google Ads, Meta Ads / практичні заняття, індивідуальні завданняаналіз ефективності рекламних кампаній за ключовими метриками / кейс-стаді, групові завданнярозробка рекламної стратегії для бізнесу / індивідуальне завдання, 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 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 проєкту інтернет-реклами.
Лекція 5.	Таргетинг та ретаргетинг: принципи, інструменти, ефективність.	Практичне заняття 6	Налаштування таргетованої реклами у Meta Ads.		
Лекція 6.	Розвиток 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 проєктів інтернет-реклами. Тестування.		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	<ol style="list-style-type: none"> Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-методичний посіб. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021.454 с. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с. Киричок А. П. Практика рекламної та PR-діяльності. Практикум. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс. 2019. 224 с. 	Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> Бубенець І.Г. Інтернет-реклама: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг», 2024. – Електронне видання. Бубенець І.Г. Інтернет-реклама: робочий зошит для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг», 2024 – Електронне видання. Бубенець І.Г. Інтернет-реклама: тестові завдання для поточного контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг», 2024 – Електронне видання.
------------	---	------------------------	---

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf>

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 100	за результатами поточного оцінювання
Поточне оцінювання	100 бальна сумарна	до 60	практичні заняття
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи
		до 20	поточне тестування

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (<https://surl.li/nwuvwx>) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (<https://surl.li/rrlgvz>) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність