

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра _____ маркетингу та міжнародної торгівлі _____



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного менеджменту
Анатолій ОСТАПЧУК
” _____ 2023 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі
Протокол №13 від “22” травня 2023 р.
Т.в.о. завідувача кафедри
Олександр ЛУЦІЙ

”РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП _____ «Маркетинг» _____

Гарант ОП
Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ**

спеціальність 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»
Факультет аграрного менеджменту
Розробник: к.е.н., доцент Алла РЯБЧИК

Київ – 2023 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра _____ маркетингу та міжнародної торгівлі _____

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного менеджменту

_____ Анатолій ОСТАПЧУК

“ ____ ” _____ 2023 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри маркетингу та

міжнародної торгівлі

Протокол №13 від “22” травня 2023 р.

Т.в.о. завідувача кафедри

_____ Олександр ЛУЦЬКИЙ

”РОЗГЛЯНУТО ”

Гарант ОП _____ «Маркетинг» _____

Гарант ОП

_____ Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

спеціальність 075 «Маркетинг»

освітня програма «Маркетинг»

Факультет аграрного менеджменту

Розробник: к.е.н., доцент Алла РЯБЧИК

Київ – 2023 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Інтернет-комунікації

(назва)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	075 «Маркетинг» (шифр і назва)	
Освітня програма	Маркетинг (назва)	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	- (назва)	
Форма контролю	Іспит	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	3	3
Семестр	5	6
Лекційні заняття	30 год.	2 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	0 год.
Лабораторні заняття	0 год.	0 год.
Самостійна робота	120 год.	178 год.
Індивідуальні завдання	год.	год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	4 год. 8 год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою дисципліни «Інтернет-комунікації» є оволодіння теоретичними знаннями щодо можливостей і напрямів застосування маркетингових Інтернет-комунікацій, видів, інструментів та технологій маркетингових Інтернет-комунікацій; здобуття практичних навиків розробки комунікаційної Digital-стратегії, засобів маркетингових Інтернет-комунікацій, медіапланування, настроювання та запуску рекламних кампаній, а також експертизи і оцінки ефективності комунікаційних кампаній в Інтернеті.

Завдання дисципліни «Інтернет-комунікації» полягають в отриманні студентами всебічних знань щодо: системи теоретичних та практичних аспектів застосування маркетингових Інтернет-комунікацій для просування та розвитку бізнесу на онлайн ринку; принципів, особливостей створення Інтернет-комунікацій для вирішення задач бізнесу в Digital; аналізу, оцінки та оптимізації рекламних кампаній в Інтернеті; методів і способів поширення та розміщення рекламних продуктів; побудови бренду; управління репутацією на онлайн ринку та забезпечення конкурентоспроможності в інформаційному просторі; технологій отримання зворотного зв'язку та спілкування з клієнтами.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- теоретичні аспекти та особливості маркетингових Інтернет-комунікацій;
- основні поняття та категорії Інтернет-комунікацій та просування товарів / послуг, компаній у мережі Інтернет;
- медіапланування та планування рекламної діяльності в мережі Інтернет;
- особливості інструментів онлайн-комунікацій при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- сучасні програмні продукти, онлайн-сервіси та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- показники, метрики, базові принципи оцінки ефективності Інтернет-комунікацій та рекламних кампаній в Інтернеті;
- принципи роботи рекламних мереж та рекламних кабінетів;
- можливості, ключові технології комунікаційної роботи в Інтернеті;
- особливості використання Інтернет-комунікацій у просуванні веб-ресурсів;
- особливості залучення цільової аудиторії за допомогою веб-ресурсів підприємства та Інтернет-реклами;
- постулати та специфіку написання комунікаційних звернень, текстів в мережі Інтернет та email-текстів рекламного характеру;
- особливості рекламування в соціальних мережах.

вміти:

- використовувати інструменти Інтернет-комунікацій при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- застосовувати сучасні програмні продукти, онлайн-сервіси, Інтернет-ресурси та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- формувати маркетингові комунікаційні Digital-стратегії компанії;
- створювати якісні рекламні продукти, що відповідають меті функціонування веб-сторінки чи ін. форми представництва в Інтернеті;
- проводити аналіз, оцінку рекламних кампаній в Інтернеті;
- збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері Інтернет-комунікацій;
- планувати та запускати рекламні кампанії в мережі Інтернет;
- формувати нові рекламні кампанії та реалізовувати їх у проектах.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усь ого	у тому числі					усьог о	у тому числі					
			л	п	ла б	ін д	с.р.		л	п	ла б	ін д	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1. Маркетингові комунікації в Інтернеті: основні поняття														
Тема 1. Структура та формування маркетингової комунікаційної Digital-стратегії	1-2	20	4	4	-	-	12	20	2					18
Тема 2. Формування медійної стратегії та медіа планування	3-4	25	4	4	-	-	17	25						25
Тема 3. Створення ефективного банера	5-6	25	4	4	-	-	17	25						25
Тема 4. Programmatic, RTB та контекстно-медійна мережа	7-8	20	4	4	-	-	12	20						20
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>90</i>		<i>16</i>	<i>16</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>58</i>	<i>90</i>	<i>2</i>					<i>88</i>
Змістовий модуль 2. Інструменти маркетингових Інтернет-комунікацій в сучасну епоху														
Тема 1. Реклама в Google Ads та інші види реклами в Інтернеті	9-10	25	4	4	-	-	17	25						25
Тема 2. Нестандартні маркетингові Інтернет-комунікації та їх розміщення	11-12	25	4	4	-	-	17	25						25
Тема 3. PR та управління репутацією в Інтернеті	13-14	20	4	4	-	-	12	20						20

Тема 4. Аналітика Інтернет-комунікацій та рекламних компаній в мережі Інтернет	15	20	2	2	-	-	16	20					20
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	90		14	14	-	-	62	90					90
Усього годин	180		30	30	-	-	120	180	2				188

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Структура та формування маркетингової комунікаційної Digital-стратегії	4
2	Формування медійної стратегії та медіа планування	4
3	Створення ефективного банера	4
4	Programmatic, RTB та контекстно-медійна мережа	4
5	Реклама в Google Ads та інші види реклами в Інтернеті	4
6	Нестандартні маркетингові Інтернет-комунікації та їх розміщення	4
7	PR та управління репутацією в Інтернеті	4
8	Аналітика Інтернет-комунікацій та рекламних компаній в мережі Інтернет	2

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

7. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Структура та формування маркетингової комунікаційної Digital-стратегії	12/18

2	Формування медійної стратегії та медіа планування	17/25
3	Створення ефективного банера	17/25
4	Programmatic, RTB та контекстно-медійна мережа	12/20
5	Реклама в Google Ads та інші види реклами в Інтернеті	17/25
6	Нестандартні маркетингові Інтернет-комунікації та їх розміщення	17/25
7	PR та управління репутацією в Інтернеті	12/20
8	Аналітика Інтернет-комунікацій та рекламних компаній в мережі Інтернет	16/20

8. Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ ПИТАНЬ

з дисципліни: «Інтернет-комунікації»

1. Поясніть, у чому укладається революційність появи в житті сучасного суспільства Інтернету.
2. Сутність маркетингових Інтернет-комунікацій.
3. Основні складові Інтернет-комунікацій у маркетингу.
4. Особливості застосування Інтернет-комунікацій у соціальних мережах.
5. Розвиток Інтернет-комунікацій в умовах побудови інформаційного суспільства.
6. Сутність Інтернет-комунікацій, їх функції та завдання.
7. Поняття Інтернет-реклами та її значення для діяльності сучасних компаній.
8. Просування та підтримка сайтів за допомогою маркетингових комунікацій.
9. Назвати способи оцінки результатів Інтернет-реклами; пояснити їх суть.
10. Канали діджитал-комунікацій в маркетингу, їх характеристика.
11. Основні методи просування в мережі Інтернет; обґрунтувати.
12. Сутність, значення, завдання контекстної реклами.
13. Маркетингові комунікації у соціальних мережах.
14. Назвіть особливості маркетингової комунікаційної політики в Інтернеті.
15. Охарактеризуйте методи оцінки ефективності реклами в Інтернеті.
16. Охарактеризуйте стадії взаємодії Інтернет-користувачів з рекламною інформацією.
17. Які види форматів рекламних матеріалів існують в мережі Інтернет?
18. Охарактеризуйте методи розміщення банерної реклами.
19. Назвіть мотивації покупок через Інтернет; обґрунтуйте.
20. Дати визначення Інтернет-реклами. Назвати основні види Інтернет-реклами.
21. Охарактеризувати рішення у сфері Інтернет-реклами.
22. Дати визначення банерної реклами. Назвати методи банерної реклами та критерії вибору рекламних майданчиків.
23. Назвати основні характеристики реклами з використанням електронної пошти та реклами на дошках оголошення.
24. Охарактеризувати партнерські програми як метод залучення нових відвідувачів.

25. Назвати основні напрямки організації зв'язків із громадськістю в Інтернеті.
26. Дати визначення Інтернет-брендингу. Назвати особливості Інтернет-брендів.
27. Перелічити фактори, що впливають на формування Інтернет-брендів.
28. Основні поняття реклами в пошуку та реклами в КММ.
29. Переваги та недоліки реклами в пошуку та реклами в КММ.
30. Інтернет-комунікації як складова електронного бізнесу.
31. Порівняння маркетингових комунікацій на офлайн та онлайн ринках.
32. Поняття і структура маркетингової Інтернет-комунікаційної стратегії підприємства.
33. Структура маркетингової комунікаційної Digital-стратегії сучасної компанії; характеристика складових стратегій.
34. Складові медійної стратегії та принципи медіапланування в Інтернеті.
35. Вимоги і правила створення рекламного банера.
36. Назвати відмінності в рекламуванні за допомогою Programmatic, RTB та контекстно-медійної мережі.
37. Особливості запуску реклама в Google Ads.
38. Класифікація реклами в мережі Інтернет; особливості кожного виду реклами.
39. Особливості розміщення нестандартних маркетингових Інтернет-комунікацій в мережі Інтернет.
40. PR та управління репутацією в Інтернеті.

НУБіП України

Ф-7.5-2.1.6-24

«Бланк тестових завдань»

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «Бакалавр» напрямок підготовки 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2023-2024 навч. рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни «Інтернет- комунікації»	Затверджую Зав. кафедри _____ (ПІБ) _____ 20__ р.

1. Канали діджитал-комунікацій в маркетингу, їх характеристика.
2. Створити нативну рекламу по обраній тематиці (компанія/бренд/товар).
3. Тестові завдання:

1. Ключові елементи ефективного лендінгу:

1	Кнопка заклику до дії
2	Лід-форма
3	Унікальна торгова пропозиція
4	Головний заголовок

2. Що в першу чергу потрібно зробити для пере націлювання медійної реклами:

1	Підібрати ключові слова
2	Визначити аудиторію
3	Створити вміст
4	Вибрати заклик до дії

3. Які слова пропущені у реченні (визначенні).

... Інтернет маркетинг – це комплекс маркетингових інструментів і заходів, ціль яких є збільшення цільового трафіку на сайт з пошукових систем.	(у бланку відповідей подати одним словом)
---	---

4. Яке з цих тверджень правильне, коли йдеться про придбання місць розміщення оголошень у рекламній мережі?:

1	Щоб придбати місце для показу оголошень, слід звертатися до власника сайту.
2	Мережа надає дані про CTR.
3	Мережа надає імена користувачів, які натиснули оголошення.
4	Після того як бюджет вичерпано, оголошення показується ще протягом 7 днів.

5. Перевагами Інтернет-комунікацій є:

1	Все можна обчислити в цифрах
2	Можна звертатися тільки до своєї цільової аудиторії
3	Можна розшифровувати будь-яку інформацію з високою швидкістю
4	Можливість легко підтримувати інтерактивні відносини з клієнтами

6. Як називається будь-яке інформаційно значуще наповнення ресурсу (тексти, графіка, мультимедіа), наприклад веб-сайту?

(у бланку відповідей вписати пропущене слово)

7. Основними напрямками оцінки ефективності Інтернет-комунікацій є:

1	Економічний
2	Організаційний
3	Маркетинговий
4	Аналітичний
5	Адміністративний

8. Який тип даних автоматично збирають рекламні мережі й передають компаніям?

1	Кількість продажів, ініційованих оголошенням
2	Вартість кожного опублікованого оголошення
3	Вартість створення оголошення
4	Прогнозована кількість продажів завдяки оголошенню

9. Встановити відповідність:

1. Cost per click	А. мається на увазі, що оплачувати доведеться не покази банерів (графічних або текстових), а тільки переходи на них, тобто кліки
2. Pay-per-Click	Б. конкретна сума, яку рекламодавець заплатить системі контекстної реклами, за кожен клік користувачів за його оголошенням
3. CPA	В. ціна за кожен реєстрацію, завантаження файлу, а також перегляд контенту і певної кількості сторінок.

10. Чи може підвищитися рейтинг у пошуковій системі завдяки недійсній рекламі?

Так	Ні
-----	----

9. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, онлайн-сервіси, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та різноманітні завдання практичного характеру; вивчаються спеціалізовані веб-сервіси, їх функціонал та принципи роботи з ними.

10. Форми контролю

Виконання модульних та рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, практичних та ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за поточним та підсумковим контролюми. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в усній та письмовій формі. Контрольні завдання за змістовними модулями включають тестові запитання (за тестів).

Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів та опитування;
- з практичних занять – шляхом перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на іспиті у письмовій формі. Екзаменаційний білет включає 10 тестів, 1 теоретичне завдання, 1 теоретико-практичне завдання.

11. Розподіл балів, які отримують студенти. Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 26.04.2023 р. № протокол 10).

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна	
	за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	
74-89	Добре	Зараховано
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

12. Навчально-методичне забезпечення

1. Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Інтернет-комунікації» для студентів денної/заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2023.
2. ЕНК «Інтернет-комунікації» URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4756>

13. Рекомендовані джерела інформації

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. 2019 (2020). 304 с.
2. Кінгснорт С. Стратегія цифрового маркетингу. Інтегрований підхід до онлайн маркетингу. Видавництво: Олімп-Бізнес. 2019. 416 с.
3. Солодар М. Настольная книга Интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM. Издательство «Эксмо», 2021.
4. Райан Дайс, Расс Хеннеберрі. Цифровой маркетинг для чайников. Видавництво: Діалектика. 2019. 400 с.
5. Халлиган Б., Шах Д. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов. К.. 2015. 224 с.
6. Картаджайя Х., Сетиаван А., Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в Интернете. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=83655&p=1
7. Інтернет реклама: види, приклади, пояснення. URL: <https://bevisible.com.ua/blog/vydy-internet-reklamy/>
8. Маркетинг. Тренди, інструменти та інтерв'ю, які виведуть вашу маркетингову стратегію на новий рівень. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/category/marketing/>
9. Найкорисніші безкоштовні посібники для власників бізнесу, PPC та спеціалістів із контенту. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/category/ebooks/>
10. Все, що потрібно знати про Інтернет-рекламу. URL: <https://medium.com/@gen.tech/https-medium-com-gen-tech-internet-ad-2f2896f2fe3>
11. Реклама в Інтернеті – основні види та особливості. URL. <https://elit-web.ua/ua/blog/reklama-v-internete-osnovnye-vidy-i-osobennosti>
12. Довідка Google Ads: Про медійні оголошення й Медійну мережу Google. URL: https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?visit_id=638211994273431755-1999273215&rd=1&hl=uk&sjid=3438662642008751953-EU
13. Контекстна реклама для індустрій. URL: <https://ideadigital.agency/blog/category/kontekstnaya-reklama-dlya-industrij/>
14. Способи оцінки ефективності Інтернет-реклами. URL: <https://ua-retail.com/2021/09/sposobi-ocinki-efektivnosti-internet-reklami/>