



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 3, семестр 5
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchuk@gmail.com
https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4756

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

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.

Компетентності ОП:

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) ОП:

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.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
5 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Структура та формування маркетингової комунікаційної Digital-стратегії	4/4	Знати: основні поняття та особливості Інтернет-комунікацій. Вміти: встановлювати завдання Інтернет-комунікацій Аналізувати: переваги та можливості використання засобів Інтернет-комунікацій. Розуміти: принципи комунікаційної	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5

		<p>діяльності в мережі Інтернет.</p> <p>Розрізняти: функції та завдання комунікацій в мережі Інтернет.</p> <p>Застосовувати: технології Інтернет-комунікацій</p> <p>Використовувати: інструменти Інтернет-комунікацій на практиці.</p>		
<p>Тема 2. Формування медійної стратегії та медіа планування</p>	4/4	<p>Знати: принципи формування медійної стратегії та медіапланування</p> <p>Вміти: здійснювати медіапланування</p> <p>Аналізувати: медійні стратегії та плани</p> <p>Розуміти: взаємодію користувачів з медійною стратегією</p> <p>Розрізняти: медійні платформи.</p> <p>Застосовувати: інструменти аналізу аудиторії сайту.</p> <p>Використовувати: інструменти та сервіси медіапланування</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	10
<p>Тема 3. Створення ефективного банера</p>	4/4	<p>Знати: основні поняття та особливості банерів</p> <p>Вміти: встановлювати завдання банерів</p> <p>Аналізувати: переваги та можливості банерної реклами</p> <p>Розуміти: принципи дії банера в мережі Інтернет.</p> <p>Розрізняти: функції та завдання банерів в мережі Інтернет.</p> <p>Застосовувати: технології створення банерів</p> <p>Використовувати: банерну рекламу на практиці.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	10

<p>Тема 4. Programmatic, RTB та контекстно- медійна мережа</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття та особливості Programmatic, RTB та контекстно-медійної мережі Вміти: працювати з Programmatic, RTB та контекстно-медійною мережею Аналізувати: рекламу, запущену через Programmatic, RTB та контекстно-медійну мережу Розуміти: вплив реклами на поведінку користувачів в мережі Ітернет. Розрізняти: Формати Інтернет-реклами Застосовувати: Programmatic, RTB та контекстно-медійну мережу Використовувати: різні формати Інтернет-реклами в діяльності.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	<p>10</p>
<p>Модуль 2</p>				
<p>Тема 1. Реклама в Google Ads та інші види реклами в Інтернеті</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття та види реклами в мережі Інтернет. Вміти: проводити рекламні кампанії в мережі Інтернет. Аналізувати: реклами в Інтернет, їх можливості. Розуміти: особливості рекламної кампанії в пошуковій мережі та КММ. Розрізняти: особливості, функції, впливи реклами в мережі Інтернет. Застосовувати: сервіси Google Adwords. Використовувати: засоби Google та інші.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	<p>10</p>

<p>Тема 2. Нестандартні маркетингові Інтернет-комунікації та їх розміщення</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття та види нестандартних комунікацій в мережі Інтернет. Вміти: проводити нестандартні комунікаційні кампанії в мережі Інтернет. Аналізувати: нестандартні засоби комунікацій в Інтернет, їх можливості. Розуміти: особливості комунікаційної кампанії в Інтернеті Розрізняти: особливості, функції, впливи нестандартних інструментів комунікацій Застосовувати: сервіси Google Adwords. Використовувати: засоби Google та інші.</p>	<p>Здача практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	<p>10</p>
<p>Тема 3. PR та управління репутацією в Інтернеті</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття та види PR в мережі Інтернет. Вміти: проводити PR-кампанії в мережі Інтернет. Аналізувати: PR в Інтернет, їх можливості. Розуміти: особливості управління репутацією в Інтернеті Розрізняти: особливості, функції, впливи PR в мережі Інтернет. Застосовувати: технології PR в мережі Інтернет Використовувати: засоби Google та інші.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	<p>10</p>

Тема 4. Аналітика Інтернет- комунікацій та рекламних компаній в мережі Інтернет	2/2	Знати: концепція вимірювання ефективності Інтернет-комунікацій. Вміти: здійснювати аналітику Інтернет- комунікацій Аналізувати: показники конверсії, джерела трафіку. Розуміти: Метрики і модулі отримання аналітики. Розрізняти: показники ефективності Інтернет-комунікацій Застосовувати: Google Analytics та інші Використовувати: методи вимірювання інструментів комунікацій в Інтернеті.	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
Політика щодо академічної добросовісності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

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. Цифровий маркетинг для чайників. 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. Интернет 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/>