

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« _____ » _____ 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології виробництва та розміщення рекламного продукту:

Інтернет-реклама

для студентів

спеціальності

061 «Журналістика»

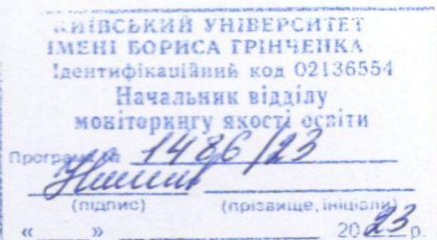
рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ-2023



Розробники:

Селюх Євген Сергійович, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю;
Шиян Віктор Олександрович

Викладач:

Селюх Євген Сергійович, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 1 від 23 серпня 2023 року

Завідувач кафедри Селюх Євген Сергійович Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

_____ 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми М.М.Нетреба М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи В.Є.Сошинська В.Є.Сошинська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	3	-
Семестр	5	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	5	-
Самостійна робота	23	-
Форма семестрового контролю	екзамен	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – вивчення студентами базових рекламних технологій в мережі Інтернет, що дозволяють орієнтуватися в рекламних стратегіях Інтернет-бізнесу та Інтернет-реклами; вироблення практичних навичок виготовлення та розміщення реклами в Інтернеті.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- *розвивати інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності.

- *розвивати загальні компетентності*:

- ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 3. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК 7. Здатність працювати в команді.
- ЗК 10. 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.
- ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.
 - *розвивати фахові компетентності спеціальності:*
- СК 2. Здатність формувати інформаційний контент.
- СК 3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації.
- СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *результатів навчання за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

- РН 2. Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- РН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- РН 7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- РН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення та платформи оприлюднення.
- РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- знати головні етапи становлення та розвитку інтернет-реклами у світі;
- розуміти категоріальний апарат інтернет-реклами, що функціонує у галузі реклами та зв'язків із громадськістю;
- володіти основними інструментами інтернет-реклами.
- володіти прикладними аспектами Інтернет-технологій, можливостями їх використання в процесі рекламної діяльності;
- знати рекламну аудиторію мережі Інтернет, здійснювати обробку результатів дослідження аудиторії з використанням сучасних статистичних програмних продуктів;
- знати Інтернет-технологій в рекламі, вимоги до складу інформації, її зміст і функції;
- оцінювати ефективність реалізованої інтернет-реклами;
- готовність застосовувати знання з дисципліни на практиці.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	лабораторних	Самостійна робота	модульний контроль	Підсумковий контроль
Модуль I. Інструменти інтернет-реклами								
1	Основи інтернет-реклами	2	2	2				
2	Види інтернет реклами	14	8	2	6	6		
3	Основні принципи просування web-сайтів у пошукових мережах (SEO).	14	8	2	6	6		
	Модульна контрольна робота	2					2	
	<i>Разом</i>	32	18	6	12	12	2	
Модуль II. Аналітика інтернет-реклами								
4	Основні принципи налаштування та оптимізації пошукової контекстної реклами	21	10	2	8	11		
	Модульна контрольна робота	2					2	
	<i>Разом</i>	23	10	2	8	11	2	
	<i>Іспит</i>	5						5
	<i>Разом за навчальним планом</i>	60	28	8	20	23	4	5

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ I.

Інструменти інтернет-реклами

ТЕМА 1. Основи інтернет-реклами

Відомості про Інтернет-технології в рекламі. Основні вимоги до інформаційного забезпечення рекламної діяльності. Реклама в Інтернет. Основні поняття, що використовуються в Інтернет-реклами. Роль інтернет реклами в сучасному бізнесі. Концепції та принципи інтернет-реклами. Вплив інтернет

реклами на споживачів. Цільова аудиторія в інтернеті: визначення, таргетування, дослідження. Вплив інтернет реклами на досягнення маркетингових цілей.

ТЕМА 2. Види інтернет реклами

Банерна реклама. Контекстно-медійна реклама. Real-Time Bidding (RTB). Programmatic реклама. Відеореклама: YouTube, TikTok, Online-TV. просування в соціальних мережах: SMO, SMM. Таргет. Email - маркетинг. Affiliate маркетинг. Вірусний маркетинг. Управління репутацією в пошукових системах(SERM), Пошукова оптимізація сайту(SEO). Реклама у мобільних застосунках. Інфлюенсерський маркетинг. Нативна реклама. Тизерна реклама. Google My Business

ТЕМА 3. Основні принципи просування web-сайтів у пошукових мережах (SEO)

Оптимізація web-сайту: внутрішні та зовнішні чинники. Підбір та кластеризація семантичного ядра. SEO та LSI копірайтинг. Ключові теги H1-H4. Мета теги: Title, Description. ALT. Сніппет. Sitemap. Google Search Console. Google PageSpeed Insights. Поведінкові фактори. Алгоритм E-A-T та Y.M.Y.L. Фільтри та санкції пошукових мереж. Біле, сіре, чорне SEO. Індексція сайту. Крауд-маркетинг. Google Pagerank.

МОДУЛЬ II.

Аналітика інтернет-реклами

ТЕМА 4. Основні принципи налаштування та оптимізації пошукової контекстної реклами.

Принципи функціонування контекстної реклами. Особливості налаштування пошукової контекстної реклами Google AdWords. Види та типи рекламних кампаній. Фактори, що впливають на позицію оголошення та вартість. Налаштування розширених оголошень, об'єкти. Пошук ключових фраз. Мінус Слова. Основи копірайтингу у створенні оголошень. Google Shopping. Google Merchant Center. Google Web Designer

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	1	1
Відвідування на лабораторному занятті	1	6	6	4	4
Робота на лабораторному занятті	10	6	60	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			104		80
Максимальна кількість балів	184				

Розрахунок: $184:60=3,06$

Студент набрав: 165 балів

Оцінка: $165:3,06=54$ (+ бали за іспит)

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I. Інструменти інтернет-реклами

Тема 2. Види інтернет реклами

1. Охарактеризувати доцільність використання різних видів реклами для сайту обраної категорії.
2. Створити план промоції з описом доцільності обраних видів реклами.

Тема 3. Основні принципи просування web-сайтів у пошукових мережах (SEO)

1. Охарактеризувати технічні особливості веб сайту для якісної оптимізації.
2. Охарактеризувати внутрішні фактори SEO просування.
3. Охарактеризувати зовнішні фактори SEO просування.
4. Охарактеризувати поведінкові фактори SEO просування.

Модуль II. Аналітика інтернет-реклами

Тема 4. Основні принципи налаштування та оптимізації пошукової контекстної реклами

1. Охарактеризувати принципи роботи різних типів кампаній Google ads
2. Провести аналіз конкурентів обраної категорії

3. Створити та налаштувати акаунт Google Ads. Налаштувати перше оголошення та список мінус-слів

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді електронного документу. Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного модуля.

Проведення модульних робіт спрямоване на перевірку володіння студентами знаннями принципів інтернет-реклами, видів інтернет-реклами, пошукової оптимізації, контекстної реклами.

Модульна контрольна робота № 1

1. Поясніть сутність внутрішніх та зовнішніх факторів пошукової оптимізації.
2. Охарактеризуйте доцільність використання кожного виду реклами для інтернет-магазину дитячого харчування/ювелірних прикрас/будівельних матеріалів (на вибір)

Модульна контрольна робота № 2

1. Поясніть механізм роботи пошукової контекстної реклами.
2. Які фактори впливають на позицію оголошень контекстної реклами?
3. Що таке ключові слова і як вони використовуються в контекстній рекламі?

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;

- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади з практики інтерне-реклами, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

Кількість модульних контрольних робіт – 2.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульних контрольних робіт. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі комплексного іспиту з навчальної дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту», в якій змістовий модуль «Технології виробництва інтернет-реклами» є одним з чотирьох.

6.5. Орієнтовний перелік питань до екзамену

1. Охарактеризуйте основи інтернет-реклами.
2. Поясніть види інтернет-реклами.
3. Поясніть модель поведінки користувача в веб просторі.
4. Основні етапи створення успішної рекламної кампанії в Інтернеті
4. Охарактеризуйте технічну оптимізацію веб сайтів.
5. Зазначте основні принципи побудови Landing page.
6. Поясніть сутність UX дизайну.
7. Поясніть сутність UI дизайну.
8. Чим відрізняється робота front end від back end розробника?
9. Охарактеризуйте сутність пошукової оптимізації веб сайтів.
10. Чинники, які впливають на позицію сайту у видачі пошукової мережі.
11. Перерахуйте внутрішні фактори пошукової оптимізації веб сайту.
12. Перерахуйте зовнішні фактори пошукової оптимізації веб сайту.
13. Перерахуйте поведінкові фактори пошукової оптимізації веб сайту.
14. Охарактеризуйте вимоги до створення якісного контенту.
15. Назвіть особливості створення текстового контенту.
16. Назвіть особливості створення візуального контенту.
17. Назвіть особливості створення відео контенту.

18. Охарактеризуйте сутність пошукової контекстної реклами.
19. Які фактори впливають на позицію рекламного оголошення AdWords?
20. Які фактори впливають на вартість кліку в контекстній рекламі?
21. Які можливості для створення оголошення має Google AdWords?
22. Поясніть значення конверсії та CTR.
23. Поясніть сутність понять «лід» та «воронка продажів»
24. Які формати відео існують в інтернет рекламі
25. Охарактеризуйте основні етапи створення успішної рекламної кампанії в Інтернеті.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна література:

1. Глущенко Ю. Інтернет-маркетинг: як залучати клієнтів в онлайні. Київ : Наш формат. 2019. 288 с.
2. Мартиненко О., Соловйов Ю. Digital-маркетинг: від стратегії до продажу. Київ : Богдан. 2019. 256 с.
3. Павленко О. Маркетинг в Інтернеті : Практичні рекомендації. Київ : Центр учбової літератури. 2018. 208 с.
4. Петренко Т. Інтернет-реклама в сучасному бізнесі : посібник для практичних занять. Київ : Українська Інженерна Академія. 2020. С. 76-88.

Додаткова література:

1. Гудима І. Інтернет-маркетинг та монетизація сайту. Київ : Університет "Україна", 2020. 192 с.
2. Дрокіна Н. І. SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19. Ч. 1. С. 127-132.

3. Інтернет-маркетолог [Електронний ресурс]. URL: <https://www.internet-marketing.com.ua/> (дата звернення: 18.08.2023).
4. Ковальова Л., Ковальова Ю. Інтернет-маркетинг в Україні: теорія та практика. Київ : НУХТ. 2020. 232 с.
5. Корчевський Н. 10 ефективних прикладів підписок на розсилку та корисні поради. URL: <https://claspo.io/ua/blog/10-strong-newsletter-signup-examples-and-useful-tips/> (дата звернення: 18.08.2023).
6. Кучер А. Інтернет-маркетинг та реклама в Google та Facebook: Від початківця до майстра. Київ : Лорд, 2020. С. 112-135.
7. Лазоренко О., Долбонос О. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Одеса: Фенікс. 2020. 232 с.
8. Михальчук О. Цифрова реклама та інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Українська бібліотека. 2021. С. 45-65.
9. Радченко І. Інтернет-маркетинг для початківців : навч. посіб. Харків : ВД "Інжек". 2020. 288 с.
10. SEO Та Digital-Маркетинг: Ключові стратегії для успішного просування вашого бізнесу в Інтернеті. https://vinnychany.info/ukraine/seo-ta-digital-marketynh-kliuchovi-stratehii-dlia-uspishnoho-prosuvannia-vashoho-biznesu-v-interneti/?gclid=CjwKCAjwgZCoBhBnEiwAz35RwpDL6kpbzB93AXvHBiZpaP4IBF1oIhPr_MFjTaRDwAka5tuoqCz_vtxoC-EQQA_vD_BwE (дата звернення: 18.08.2023).
11. Seo-evolution : Веб-сайт. URL: <https://seo-evolution.com.ua/> (дата звернення: 18.08.2023).

8. Навчально-методична карта дисципліни "Технології виробництва інтернет-реклами"

Разом: 60 год., лекції – 8 год., лабораторні заняття – 20 год., самостійна робота – 23 год., модульний контроль 4 год., іспит – 5 год.

Модуль	модуль I. Інструменти інтернет-реклами		
К-сть балів за модуль	104 бали		
Лекції	1	2	3
Теми лекцій	Тема 1. Основи інтернет-реклами 1 бал	Тема 2. Види інтернет реклами 1 бал	Тема 3. Основні принципи просування web-сайтів у пошукових мережах (SEO). 1 бал
Теми практичних занять		Створення бізнес акаунтів на сервісах. Створення банерної та відеореклами. Промоція каналів 3+30 балів	SEO аудит сайту. Написання SEO текстів. Пошук ключових слів. 3+30 балів
Самостійна робота (СР)		СР №1 5 балів	СР №2 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		
Модуль	модуль II. Аналітика інтернет-реклами		
К-сть балів за модуль	80 балів		
Лекції	4		
Теми лекцій	Тема 4. Основні принципи налаштування та оптимізації пошукової контекстної реклами 1 бал		
Теми практичних занять	Особливості та налаштування Google ADS 4+40 балів		
Самостійна робота (СР)	СР №3 5 балів СР №4 5 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		
Підсумковий контроль	Екзамен		

ВСЬОГО 184 бали