


**СИЛАБУС**  
**навчальної дисципліни**  
**«ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ**  
**МЕРЕЖАХ»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Обов'язкова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	3 курс, 5 семестр.
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 105 год. Кількість кредитів – 3,5.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	 <p>Викладач: <b>Терещенко Іван</b>, к.е.н., доцент          Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус №4)          ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua          сторінка викладача:  <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych">https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</a></p>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	сформуванню у здобувачів вищої освіти необхідний обсяг теоретичних знань і практичних навичок зі створення, налаштування, аналізу і підвищення ефективності таргетованої реклами і маркетингу у соціальних мережах.
<b>Компетентності</b>	<p><b>загальні:</b>          ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.          ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>спеціальні (фахові):</b>          ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.          ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.          ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.          ФК 17. Здатність використовувати теоретичні положення діджитал-маркетингу, проваджувати маркетингову діяльність у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і</p>

	підвищувати ефективність таргетованої реклами.
<b>Результати навчання</b>	<p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 21. Знати теоретичні основи діджитал-маркетингу, володіти практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.</p>
<b>Методи навчання</b>	<p><b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b>  словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i>  наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i>  практичні методи: <i>вправи; лабораторні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p><b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p><b>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p><b>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i>  методи письмового контролю: <i>письмове виконання лабораторних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<b>Програма навчальної дисципліни</b>	<p>Тема 1. Початок роботи в Business Manager Meta</p> <p>Тема 2. Створення і налаштування таргетованої реклами</p> <p>Тема 3. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами</p> <p>Тема 4. Налаштування місць розміщення і трансляції реклами в Ads Manager Meta</p> <p>Тема 5. Редагування оголошень, їх груп і рекламних кампаній в Ads Manager Meta</p> <p>Тема 6. Визначення найрезультативніших таргетингових стратегій</p> <p>Тема 7. Доступ до статистики в режимі реального часу</p>
<b>Стратегія оцінювання результатів навчання</b>	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм

	<p>поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання лабораторних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – іспит.</p>
<p><b>Політика навчальної дисципліни</b></p>	<p><b>1. Академічна доброчесність</b>  Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b>  Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/ міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b>  На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>4. Дедлайни та перескладання</b>  Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економічна інформатика», «Маркетинг», «Маркетинг у соціальних мережах», «Маркетингові дослідження».</p>

<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Полтава : «Астрая», 2023. 128 с.</li> <li>2. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.</li> <li>3. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.</li> <li>4. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.</li> <li>5. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.</li> <li>6. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посібник. Полтава. РВВ ПДАА. 2018 . 230 с.</li> <li>7. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.</li> <li>8. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влияют на подсознание потребителя. К. : Попурри, 2018. 336 с.</li> <li>9. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.</li> <li>10. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. К.: ДУТ, 2019. 351 с.</li> <li>11. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Допоміжні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.</li> <li>2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.</li> <li>3. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.</li> <li>4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.</li> <li>5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.</li> <li>6. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.</li> <li>7. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.</li> <li>8. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</a></li> <li>9. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.</li> </ol>

10. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.

11. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. К. : Моноліт-Bizz, 2018. 320с.

12. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства АгроСвіт. 2019. № 18. С. 63–67. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2959&i=8>

13. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>

14. Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022). URL: <https://mdt-topu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>

15. Філановський О. Головна маркетингова книга. К. : Наш Формат, 2018. 304 с.

16. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. К. : Наш Формат, 2019. 200 с.

**Інформаційні ресурси**

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>

2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.

3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>

4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>

7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>

8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>

9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>

11. Журнал «Мир упаковки». URL: <http://packaging.com.ua/magazine-list>

12. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>

Рік введення

2023