

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, другий (магістерський) рівень вищої освіти спеціальності Н6 Ветеринарна медицина
Код і найменування спеціальності	Усі спеціальності ПДАУ, окрім D5 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	Вибіркова міжфакультетська навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 3, Загальна кількість годин – 90, із яких: <i>Денна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 16 год., практичних занять – 14 год. самостійна робота – 60 год. <i>Заочна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 2 год., практичних занять – 2 год. самостійна робота – 86 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника	Терещенко Іван Олексійович , завідувач кафедри маркетингу, к.е.н., доцент <i>Контакти:</i> ауд. 473 (навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiiovych



МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Вибіркова міжфакультетська навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з інформатики
Компетентності	Загальні: ЗК 1. Вміння використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. ЗК 18. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обгрунтовані рішення.

Результати навчання	<p>РН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.</p> <p>РН 12. Уміти застосовувати творче мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем у професійній діяльності, здатність навчатись, вибудовуючи свою діяльність на базі етичних принципів та персональної відповідальності.</p>
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
<p>Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: лідерство; вміння працювати в критичних умовах (стресостійкість, збагачення емоційного інтелекту); здатність логічно й системно мислити; креативність; ефективний обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними інтересами (нетворкінг); діяти соціально відповідально та свідомо; діяти на основі етичних міркувань (мотивів); медіаграмотність тощо.</p>	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<p>Сформувати 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</p>	
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<p>Тема 1. Сутність таргетованої реклами і 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 таргетованої реклами</p> <p>Тема 5. Редагування рекламних оголошень та підвищення результативності таргетингу</p> <p>Тема 6. Визначення найрезультативніших таргетингових стратегій</p> <p>Тема 7. Оцінка результатів таргетованої реклами в Ads Manager Meta</p> <p>Тема 8. Основні напрями просування бізнесу в соціальних мережах</p>	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ	
<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді/тези доповіді у межах тем дисципліни;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності 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>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, «Мозковий штурм».</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда;</i> методи письмового контролю: <i>самостійна робота, творче завдання.</i> методи самоконтролю: <i>самостійний пошук помилок; самоаналіз.</i></p>	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
<p>Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання</p>	<p>Наведені у Додатку до силабусу</p>
ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
<p>- щодо термінів виконання та перекладання</p>	<p>Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.</p> <p>Терміни виконання та перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів</p>

	<p>вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xjujyv та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/fnemwn.</p> <p>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>- щодо академічної доброчесності</p>	<p>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>Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/dxckbi. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://surl.li/xwpemq та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.</p>
<p>- щодо відвідування занять</p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.</p>
<p>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</p>	<p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, здобутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/szdvqi.</p>
<p>- щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути:</p>

недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора ННІ. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <https://surl.li/vhoeun>.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024. 166 с.
2. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. 260 с. URL: <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1332b8fe-50d1-4435-9c10-c7fe4f221e93/content>
3. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с. URL:<https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2024/10/30.1-Digital.pdf>

Допоміжні

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Курбан О.В., Курбан С.О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг: навч. посібник. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. 148 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1515_51073371.pdf
3. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>
4. Digital Customer Journey Mapping Made Actionable URL: https://www.glassbox.com/blog/digital-customer-journey-mapping/?utm_source=chatgpt.com
5. Shuai Xu. The Consumer Decision Journey in the Digital Age: How Brands Influence Consumer Behavior Online. 10.54254/2754-1169/2025.BL23219
6. Власюк П. Digital-маркетинг: що це таке і основні канали просування. <https://surl.lt/ddxmog>
7. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с. URL <http://surl.li/jrrgro>
8. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А. Інноваційний маркетинг: навч. посібн. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 145 с. URL: <http://surl.li/zcxnbc>
9. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
10. Зоріна О. І., Сиволовська О. В., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингові комунікації: навч. посібн. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227 с. URL: <http://surl.li/mllesk>
11. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навч. посібн. Київ. КиМУ, 2022. 228 с. URL: <http://surl.li/lovocg>
12. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Майборода О.В. Таргетингова реклама як інструмент реалізації маркетингової комунікаційної політики підприємства. Науковий погляд: економіка та управління. 2022 № 3 (79). С. 90-96. URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/archive/2022/3_79_2022/15.pdf
13. Український інститут майбутнього. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html>.
14. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ, 2020. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.

15. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. / за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2222_13241729.pdf
16. 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-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>
17. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
18. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менеджменту. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 631 с.
19. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
20. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880с.
21. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/>.
3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
5. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>
6. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
7. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/>
8. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>
9. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam.in.ua/>

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2025 року № 1

Додаток до силабусу
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни (денна форма здобуття освіти)

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	Презентація/тези	
Тема 1. Сутність таргетованої реклами і початок роботи в Business Manager Meta	4	3	4	12	11
Тема 2. Створення і налаштування таргетованої реклами	4	3	4		11
Тема 3. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами	4	3	4		11
Тема 4. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами	4	3	4		11
Тема 5. Редагування рекламних оголошень та підвищення результативності таргетингу	4	3	4		11
Тема 6. Визначення найрезультативніших таргетингових стратегій	4	3	4		11
Тема 7. Оцінка результатів таргетованої реклами в Ads Manager Meta	4	3	4		11
Тема 8. Основні напрями просування бізнесу в соціальних мережах	4	3	4		11
Всього	32	24	32	12	100

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Для денної форми здобуття освіти

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	Здобувач вищої освіти правильно виконав практичне завдання, вмів пояснити методику та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вмів аргументувати свої думки.
3	Здобувач вищої освіти показує знання методики виконання завдання та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки при виконанні.
1-2	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі.

Шкала та критерії оцінювання обговорення теоретичних питань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
3	відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою.
2	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
	має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання.
1	відповідь демонструє нечіткі уявлення здобувача про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	Здобувач вищої освіти правильно виконав завдання самостійної роботи, вміє пояснити методику та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки.
3	Здобувач вищої освіти показує знання методики виконав завдання та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у виконанні.
1-2	Здобувач вищої освіти частково виконав завдання самостійної роботи, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни (заочна форма здобуття освіти)*

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти*			Разом
	Розв'язання тестів	Виконання практичного завдання	Контрольна робота	
Тема 1. Сутність таргетованої реклами і початок роботи в Business Manager Meta	18	32		50
Тема 2. Створення і налаштування таргетованої реклами				
Тема 3. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами				
Тема 4. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами				
Тема 5. Редагування рекламних оголошень та підвищення результативності таргетингу				
Тема 6. Визначення найрезультативніших таргетингових стратегій				
Тема 7. Оцінка результатів таргетованої реклами в Ads Manager Meta				
Тема 8. Основні напрями просування бізнесу в соціальних мережах				
Індивідуальне завдання (контрольна робота)			50	50
Разом	18	32	50	100

* Усі види робіт оцінюються по декільком темам

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Для заочної форми здобуття освіти

Шкала та критерії оцінювання контрольної роботи для здобувачів заочної форми

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Теоретичне	1-10 балів	Свідоме і повне відтворення матеріалу з деякими неточностями у другорядному матеріалі; виклад матеріалу достатньо обґрунтований, проте дещо порушено послідовність викладу та не повністю розкритий результат

		навчання.
	10-20 балів	Виклад матеріалу глибоко обґрунтований, логічний, переконливий. Відповідь містить приклади, що свідчить про творче застосування матеріалу. Відповідь на теоретичні питання стилістично та граматично правильна, показує на відмінні знання та вміння, повністю демонструє засвоєний результат навчання
Максимальна кількість балів	20 балів	
Професійно-орієнтоване	1-15 балів	Кількісна обробка результатів виконана правильно, проте містить деякі технічні помилки та неточності. Розв'язок практичного завдання зведений лише до кінцевої відповіді без наведення послідовності розрахунків
	15-30 балів	Зроблено інтерпретацію результатів, яка містить узагальнену характеристику досліджуваного явища, описуються можливі причини такого результату, зазначаються типологічні особливості. Рекомендації конкретизовані відносно одержаних результатів. Завдання виконано стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів
Максимальна кількість балів	30 балів	
Всього	50 балів	

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання виконання вправ на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
4	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
2-3	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
1	відповідь демонструє нечіткі уявлення здобувача про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями