



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РЕКЛАМА ТА PR В ІНТЕРНЕТІ

Галузь знань	06 Журналістика
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Назва освітньо-професійної програми	Реклама та зв'язки з громадськістю
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Журналістики, соціальних комунікацій і IT-права
Статус навчальної дисципліни	ОК 19 ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Форма навчання	Денна

Викладач

Тарасов Андрій Володимирович
taraandr2015@gmail.com



Старший викладач кафедри
Журналістики, соціальних комунікацій і IT-
права, кандидат юридичних наук.

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до Зміст дисципліни «Реклама та PR в інтернеті» передбачає формування у здобувачів необхідних

дисципліни	знань з дисципліни, формування світогляду майбутніх фахівців. Дисципліна «Реклама та PR в інтернеті» забезпечує формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів та спеціальних знань у журналіста, планування та організації його діяльності, контролювання її результатів. Важливим є набуття теоретичних знань, уявлень про особливості функціонування реклами та PR в інтернеті; навичок щодо ключових засобів створення рекламного контенту в інтернеті; оволодіння знаннями, необхідними для використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та спеціалізованого програмного забезпечення для вирішення професійних завдань.
Мета дисципліни	- набуття здобувачами вмінь та компетенцій, що є необхідним при здійсненні у майбутньому професійної діяльності у сфері реклама та PR в інтернеті, для створення та просування інтернет-реклами, прийняття ефективних рішень щодо розміщення інтернет-реклами з метою підвищення ефективності рекламних кампаній; навчити здобувачів розуміти і усвідомлювати проблеми, що мають місце у сфері реклами та PR в інтернеті, та визначати шляхи їх вирішення.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК07. Здатність працювати в команді. ЗК08. Здатність навчатися і володіти сучасними знаннями. СК3. Здатність створювати медіапродукт. СК4. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність. СК5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.
Результати навчання	PR05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань PR07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег PR08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань PR15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення PR16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію. PR17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС (180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 40 годин, практичні заняття – 20 годин, самостійна робота – 120 годин.

Форма підсумкового контролю	іспит
Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 6-му семестрі

Програма дисципліни

Тема 1.	<i>Вступ. Мета та завдання дисципліни. Сутність реклами та PR в інтернеті</i> Специфіка реклами в інтернеті. Сутність PR в інтернеті, особливості. Сучасні дослідження щодо функціонування реклами та PR в інтернеті.
Тема 2.	<i>Традиційні види реклами та PR в інтернеті</i> Медійна реклама та PR. Контекстна реклами. Геоконтекстна реклама та PR
Тема 3.	<i>Новітні види реклами та PR в інтернеті</i> Реклама та PR в соціальних медіа (SMM) Оптимізація для соціальних мереж (SMO).
Тема 4.	<i>Засоби просування реклами та PR в інтернеті.</i> Завдання просування реклами та PR в інтернеті. Інструменти та методи просування реклами та PR в інтернеті Основні принципи просування web-сайтів у пошукових мережах (SEO).
Тема 5.	<i>Показники ефективності реклами та PR в інтернеті.</i> Показники ефективності реклами та PR в інтернеті на певних етапах просування Типи ефективності реклами та PR в інтернеті Базові показники ефективності реклами та PR в інтернеті Інші показники ефективності реклами та PR в інтернеті
Тема 6.	<i>Правове регулювання реклами та PR в інтернеті .</i> Нормативні вимоги до реклами та PR в інтернеті Правові заборони щодо реклами та PR в інтернеті

Список рекомендованих джерел

1. Агарков О. А. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект / О. А. Агарков // Український соціум. 2013. № 4. С. 151-160.
2. Божкова В. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2017. 208 с.
3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи. КНУ ім. Т. Шевченка, 2018.
4. Компанієць Т.І. Вплив реклами на просування споживчих товарів в умовах сучасного ринку. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління підприємствами. 2014. № 3 (27). С. 63-67. URL: http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/13_4.pdf
5. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів / В.Г. Королько, О.В. Некрасова; [3-є вид., доповн. і переробл.]. К: Видавничий дім «КиєвоМогилянська академія», 2019. 831 с.
6. Попова Н. В. Основи реклами : навчальний посібник / Н. В. Попова. Х. : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с.
7. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш Формат, 2020. 424с.
8. Шарп Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Київ : Наш Формат, 2019. 240 с.

Інформаційні ресурси

9. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України // Верховна Рада України : вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>
10. Про рекламу : Закон України // Верховна Рада України : вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
11. Цифровий репозиторій ХНУМГ ім. О.М. Бекетова URL: <http://eprints.kname.edu.ua>
12. Цифровий репозиторій ХНАМГ URL: www.ksame.kharkov.ua/eprints

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		На рах	Бали нараховуються таким чином: Оцінювання знань здобувачів вищої
		для іспиту	для заліку		

діяльності				<i>освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.</i>
90-100	A	Відмінно	зараховано	
82-89	B	Добре		
74-81	C			
64-73	D	Задовільно	Не зараховано з можливістю повторного складання	
60-63	E			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.