

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та  
інформаційних технологій**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

**СИЛАБУС  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
(міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна)

**ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ  
МЕРЕЖАХ**

Розробники:  
**Терещенко Іван** –  
доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н, доцент

**Полтава**  
2023 р.

### Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	Таргетована реклама в соціальних мережах
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти</b>	міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	<i>Викладач:</i> ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (навчальний корпус №4), <i>e-mail:</i> <a href="mailto:ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua">ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua</a> ; <i>тел.</i> (066) 93-255-09, 095-82-88-557 (директорат) <i>Сторінка викладача:</i> <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych">https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Спеціальність</b>	Всі спеціальності
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з інформатики

#### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** 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.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** сприяння вивченню здобувачами вищої освіти механізмів створення і налаштування таргетованої реклами та оволодінню навичками організації просування товарів (робіт і послуг) в соціальних мережах; формування знань щодо оцінки результативності таргетованої реклами і стратегій підвищення її ефективності.

#### **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 обґрунтовані рішення.

#### **Результати навчання:**

РН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.

### Програма та структура навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекції	практичні	сам. р		лекції	практичні	сам. р
Тема 1. Створення і налаштування таргетованої реклами	23	4	4	15	21	–	–	21
Тема 2. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами	23	4	4	15	23	2	–	21
Тема 3. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами	21	4	2	15	21	–	–	21
Тема 4. Редагування, підвищення результативності і виявлення найрезультативніших стратегій таргетованої реклами	23	4	4	15	25	2	2	21
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>84</b>
У т.ч. Індивідуальні завдання	–	–	–	–	<b>30</b>	–	–	30

**Оцінювання результатів навчання**  
**Форми контролю результатів навчання**

Результати навчання	Форми контролю		Разом	Форми контролю		Разом
	денна форма			заочна форма		
	виконання завдань на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи		виконання завдань на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи	
РН 3	60	40	100	40	60	100
<b>Разом</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**

Назви тем та завдань	Кількість балів					
	денна форма			заочна форма		
	виконання завдань на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи	Разом	виконання завдань на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи	Разом
Тема 1. Створення і налаштування таргетованої реклами	15	10	25	10	10	20
Тема 2. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами	15	10	25	10	10	20
Тема 3. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами	15	10	25	10	10	20
Тема 4. Редагування, підвищення результативності і виявлення найрезультативніших стратегій таргетованої реклами	15	10	25	10	10	20
<b>Індивідуальне завдання</b>	–	–	–	–	20	20
<b>Всього</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

**Шкала та критерії оцінювання виконання завдань на практичних заняттях (денна форма)**

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
15	здобувач вищої освіти виконав завдання на високому рівні без зауважень
10	здобувач вищої освіти виконав завдання на достатньому рівні із незначними зауваженнями
5	здобувач вищої освіти частково виконав завдання із зауваженнями

**Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи  
(денна форма)**

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
9-10	завдання виконана на відмінно без зауважень
7-8	завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки
5-6	завдання виконано задовільно із значною кількістю помилок та недоліків

**Шкала та критерії оцінювання виконання завдань на практичних заняттях  
(заочна форма)**

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
9-10	завдання виконана на відмінно без зауважень
7-8	завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки
5-6	завдання виконано задовільно із значною кількістю помилок та недоліків

**Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи  
(заочна форма)**

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
9-10	завдання виконана на відмінно без зауважень
7-8	завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки
5-6	завдання виконано задовільно із значною кількістю помилок та недоліків

**Шкала та критерії оцінювання виконання контрольної роботи  
(заочна форма)**

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
19-20	завдання виконана на відмінно без зауважень
15-18	завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки
12-14	завдання виконано задовільно із значною кількістю помилок та недоліків

**Трудомісткість:**

Загальна кількість годин 90

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю – залік.

**Політика навчальної дисципліни**

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

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, використані методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ:

<https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

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 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

#### **Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Презентації, відеоролики.

#### **Рекомендовані джерела інформації**

##### **Основні**

1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.
2. Воронько-Невідничка Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посібник. Полтава. РВВ ПДАА. 2018 . 230 с.
3. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
4. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влияют на подсознание потребителя. Київ : Попурри, 2018. 336 с.
5. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.
6. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.

##### **Допоміжні**

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
3. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.
5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
6. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
7. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
8. 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>
9. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.
10. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.
11. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320с.
12. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с.
13. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : 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>