

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ
МЕРЕЖАХ»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, а також другий (магістерський) рівень вищої освіти спеціальності 211 Ветеринарна медицина, набору 2023 року
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	Для студентів усіх спеціальностей Полтавського державного аграрного університету, окрім 075 Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2-й курс, 4-й семестр
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 90 год. Кількість кредитів – 3,0.
Мова(и) викладання	державна
ННІ / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника	<p>Викладач: Терещенко Іван, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) e-mail: ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ТЕРЕЩЕНКО Іван Олексійович к.е.н., доцент (472 ауд.)</p>  </div> </div>
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.
Компетентності	<p><i>Загальні:</i></p> <p>ЗК 1. Здатність використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p> <p>ЗК 18. Здатність до розв'язання поставлених задач та</p>

	приймання відповідних обґрунтованих рішень.
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. РН 12. 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.
Методи навчання	1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: - за джерелом знань словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда; наочні методи: ілюстрування; демонстрування; практичні методи: вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату, - за ступенем керівництва методи самостійної роботи вдома: завдання самостійної роботи робота під керівництвом викладача: виконання практичних завдань 2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації 3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: обговорення теоретичних питань, доповіді; методи письмового контролю: письмове виконання практичних завдань тестовий контроль: розв'язування тестів; 4. Інноваційні методи навчання: інтерактивні методи: дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій; комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Створення і налаштування таргетованої реклами Тема 2. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами Тема 3. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами Тема 4. Редагування, підвищення результативності і виявлення найрезультативніших стратегій таргетованої реклами
Стратегія оцінювання результатів навчання	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. <i>Формами поточного</i>

	<p><i>контролю знань здобувачів вищої освіти є: виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, презентації).</i></p> <p><i>Форма семестрового контролю – залік.</i></p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p><i>1. Академічна доброчесність</i></p> <p>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>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 виконання завдань, тестування 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.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist</p> <p><i>2. Неформальна/інформальна освіта</i></p> <p>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><i>3. Дедлайни та перескладання</i></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>

Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з інформатики
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни	Презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влияют на подсознание потребителя. Київ : Попурри, 2018. 336 с. 3. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с. 4. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с. 5. Смарт Роланд. Agile-маркетинг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 208 с. <p style="text-align: center;">Допоміжні</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с. 7. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с. 8. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с. 9. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с. 10. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с. 11. 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 12. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с. 13. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с. 14. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с. 15. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320с. 16. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : Наш Формат, 2019. 200 с. <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси мережі Інтернет</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 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/
Рік введення	2025