



СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА»



Спеціальність: 075 « Маркетинг »

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 / 90
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок управління таргетованою рекламою в соціальних мережах Інтернет, знанні особливостей налагодження таргетованої реклами, вибору цільової аудиторії для реклами, виставлення ставок для реклами, тестування, оцінювання ефективності таргетованої реклами
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок ефективного управління таргетованою рекламою в соціальних мережах, сегментації цільової аудиторії, використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для ведення таргетованої реклами, інструментів маркетингових досліджень з метою підвищення ефективності таргетованої реклами.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування комп'ютерних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи. - Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. - Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. - Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. - Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. - Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного

	<p>застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>- Визначати профіль інтернет-користувачів з точки зору проведення маркетингових досліджень та застосовувати онлайн методи та інструменти для аналізу кон'юнктури ринку, використовувати різні способи збору первинної і вторинної інформації в Інтернеті для проведення маркетингових досліджень</p> <p>Вміти проводити аналіз відвідуваності сайту для отримання інформації про статистику, тенденції, а також абсолютні і відносні показники, а також визначати портрет відвідувачів за даними перегляду веб-сайтів і застосовувати інструменти веб-аналітики для прийняття маркетингових рішень</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Основні поняття таргетованої реклами. Види таргетованої реклами. Методика сегментації для таргетованої реклами. Інструменти та сервіси для ведення таргетованої реклами. Аналітика реклами. Розробка управлінських рішень щодо таргетованої реклами. Оцінка ефективності таргетованої реклами, ключові показники та метрики.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, дистанційна</p>
Пререквізити	Знання з філософії, маркетингу, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
Пореквізити	Знання з дисципліни можуть бути використані під час вивчення наступних дисциплін з спеціальності електронний маркетинг та написання магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові дослідження та аналіз інформації: практикум для студентів напряму підготовки 0302 "Міжнародні відносини"/ МОН МС України, Національний авіаційний університет ; Набок І.І., уклад. – Київ: НАУ, 2012. – 28 с.– Електронна мультимедійна бібліотека. 2. Маркетингові дослідження: конспект лекцій/ МОН України, Національний авіаційний університет ; Загорулько В. М., Коваленко О. В., Скиданенко Н. В., уклад. – Київ: НАУ, 2015. – 76 с.– Електронна мультимедійна бібліотека 3. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с. <p>Репозитарій НАУ: Посилання на вкладені в репозитарій авторські конспекти лекцій, методичні рекомендації, які пройшли процедуру затвердження на ВР факультету або на ВР Університету, а також наукові статті, дисертація, тощо</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, науково-навчальна лабораторія, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання

Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> <p>Фото за бажанням</p> </div> <div> <p>РАМЕНСЬКА СВИТЛАНА ЄВГЕНІВНА Посада: доцент Вчений ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: Тел.: 406-77-43 E-mail: svitlana_ramenska@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2/203</p> </div> </div>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс, викладання українською мовою
Лінк на дисципліну	https://www.youtube.com/watch?v=IfAsFRmRdho