



	<p align="center">Силабус навчальної дисципліни</p> <p align="center">«Таргетована реклама»</p> <p align="center">Освітньо-професійна програма «Журналістика»</p> <p align="center">Галузь знань 06 «Журналістика»</p> <p align="center">Спеціальність 061 «Журналістика»</p>
Рівень вищої освіти (перший (бакалаврський), другий (магістерський))	Перший бакалаврський рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна <u>вибіркового</u> компонента ОП
Курс	3 (третій)
Семестр	5 (п'ятий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Предметом вивчення цього курсу є особливості функціонування таргетингу як ефективного інструменту онлайн-просування брендів/компаній/продуктів/послу та управління процесами в таргетованій рекламі.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Навчальна дисципліна спрямована на формування всебічно розвиненої особистості для ефективної професійної діяльності у сучасних умовах глобалізації з метою підвищення ефективності співпраці. Метою навчальної дисципліни є: дати розуміння особливостей таргетованої реклами у різних соцмережах та на різних бренд-платформах, сформулювати вміння та навички створення сучасних рекламних таргетингових кампаній у соціальних мережах з метою забезпечення їх максимальної ефективності та конкурентоспроможності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти зможуть: <ul style="list-style-type: none"> - дослідити історію виникнення та ключові характеристики таргетованої реклами; - освоїти основні поняття, тлумачення і терміни у сфері таргетованої реклами; - розуміти сучасні вимоги до таргетингу та його ключові інструменти; - регулювати різні складові процесу таргет-просування; - розрізняти принципи налаштування таргетованої реклами на різних платформах;

	<ul style="list-style-type: none"> - освоїти основи аналізу, залучення та ефективного зв'язку з ЦА; - осягнути принципи управління, умови успішності та причини невдач при налаштуванні таргетованої реклами.
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях; - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; - здатність генерувати нові ідеї (креативність). - здатність формувати інформаційний контент; - здатність ефективно просувати створений медійний продукт. - здатність працювати в команді; - Здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері реклами та піару з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку комунікаційних технологій.
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни:</p> <p>Вступ. Реклама у системі Інтернет комунікацій. Дефініція та становлення таргетингу як ефективного та самостійного виду реклами. Роль таргетингу в інтернет маркетингу та його види. Переваги таргетингу порівняно з іншими видами реклами. Мета таргетованої реклами для різних типів бізнесу. Пошук клієнтів: основні платформи. Соціальні медіа в системі інтернет реклами. Поняття бренд-платформ та їхнє значення в таргетуванні. Найпопулярніші інструменти таргетингу у таких соціальних мережах як Вконтакте, Facebook та Instagram: загальна характеристика. Табу та правила успішної таргет-стратегії. Взаємозв'язок таргетингу із іншими типами просування. Значення копірайтингу та нейму для успішності таргетованої реклами. Механізми відбору та сегментації цільової аудиторії для рекламної таргет-кампанії. Дефініювання ретаргетингу та його ключові характеристики. Ретаргетинг та його значимість для збільшення охоплення ЦА в рекламній кампанії. Основні механізми лідогенерації. Поняття конверсії та її значення для реклами та бізнесу. Етапи роботи над проектом таргетованої реклами: бриф, аудит, чорнова стратегія, доступи, дорожня карта, інтерв'ю, контент-стратегія, трафік-стратегія, контент-план, статус-репорт. Основні показники якісного налаштування таргетованої реклами. Феномен таргет-атаки. Значимість парсерів для таргетолога. Особливості розрахунку бюджету відповідно до таргет-стратегії. Аналіз та розбір успішних кейсів таргетованої реклами. Типові помилки на прикладах реальних кейсів.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.</p> <p>Методи навчання: навчальні дискусії, аналіз кейсів успішного таргет-просування, мозкова атака, розробка власного проекту таргет-просування бренду в соціальних мережах.</p> <p>Форми навчання: денна</p>

Пререквізити	«Іноземна мова (англійська)», «Медіапсихологія», «Вступ до спеціальності», «Інтегрований маркетинг».
Пореквізити	«SMM», «Брендинг», «Копірайтинг». Знання з дисципліни можуть використані при написанні кваліфікаційних робіт.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Навчальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бойчук І. Інтернет в маркетингу : підручник / І. Бойчук, О. Музика. – К. : Центр навч. літ., 2010. – 512 с. 2. Ілляшенко, С.М., Рудь, М.П. Новітні види маркетингу в умовах виперджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування / С. Ілляшенко, М. Рудь. – Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка», 24. –2019. – С. 37-42. 3. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу : монографія. Київ : Наукова думка, 2009. 196 с. 4. Масєвська М.М. Емотикони як новий тип сучасної digital-комунікації / М. Маєвська / Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph. – Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. – P.316-322. 5. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхітаряна., 2017. – С. 22-45,112-116. <p>Репозитарій НАУ: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42874</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин НАУ (7 корпус)
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік.
Кафедра	Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач	 <p>ПІБ викладача Масєвська Марина Миколаївна Посада: доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю ФМВ Науковий ступінь: кандидат філософських наук Вчене звання: Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_rzg/професорсько-викладацький-склад/ Тел.: 68-09 E-mail: maryna.maievska@npp.nau.edu.ua Робоче місце:7. 216</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс

Лінк на дисципліну	Код доступу Google клас
---------------------------	--------------------------------

Розробник

Маєвська М. М.