

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю
Копистинська І.М.
“31” серпня 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Реклама та PR в Інтернеті

Вибіркова дисципліна

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Реклама та зв'язки з громадськістю»

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика

Розробник: Говера О.І.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю»

Протокол № 1 від “31” серпня 2018 року

1. ВСТУП

Мета дисципліни: формування розуміння та усвідомлення студентами Інтернету як засобу комунікації в сфері масових інтеграційних систем і основних умінь із застосування отриманих знань на практиці.

Компетенції, якими повинен володіти студент

У результаті вивчення дисципліни «Реклама та PR в Інтернеті» студенти повинні бути здатними до вирішення професійних задач діяльності, пов'язаних з ефективністю рекламної та PR-кампаній в Інтернеті, теоретико-методичного підходу в процесі здійснення маркетингового дослідження, розуміння практичного змісту впливу Інтернет-інструментів на їхню ефективність.

Здатність формувати інформаційний контент

- здатність проведення інтернет-досліджень на відповідному рівні,
- здатність створювати рекламний та масово-інформаційний продукт в мережі Інтернет,
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- здатність до пошуку в Інтернеті, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність правильно складати рекламні тексти.

Завдання: ознайомити студентів із можливостями, ключовими технологіями комунікаційної роботи в Інтернеті в контексті завдань, які стоять перед фахівцем з реклами та зв'язків із громадськістю; навчити студентів користуватися базовими навичками комунікаційної роботи в Інтернеті; вивчити основні види реклами та PR-діяльності в Інтернеті.

Програмові результати навчання, згідно з освітньо-професійною програмою:

Генерувати інформаційний контент

- Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
- Дотримуватися принципів і правил безпечної діяльності
- Практикувати спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)
- Дотримуватися інтересів, поглядів співбесідника та аудиторії
- Використовувати стандарти професійної діяльності
- Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел
- Відтворювати інформаційні та комунікаційні технології
- Генерувати інформаційний контент
- Створювати інформаційний продукт
- Пропонувати створений медійний продукт

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: ключові поняття, можливості, ресурси Інтернету; типи та види публікацій в мережі Інтернет, їх класифікацію; ефективні технології та моделі роботи в Інтернет для реалізації завдань реклами та зв'язків із громадськістю; основні вимоги безпечної роботи в Інтернеті; базові аналітичні інформаційні технології в Інтернеті; процес реалізації рекламних та PR-кампаній в Інтернеті; специфіку підготовки до публікації в електронному вигляді текстової, звукової та відеоінформації.

вміти: здійснювати пошук інформації в Інтернеті; виробляти стратегію та мету рекламних та PR-кампаній в Інтернеті; створювати та розміщувати ефективні публікації в Інтернеті; керувати процесом створення ефективних аудіо та відеоінформацій, вміти їх ефективно розміщувати в мережі; працювати в соціальних мережах та блогосфері; аналізувати маркетингову інформацію в мережі Інтернет; добирати відповідні Інтернет-інструменти для реалізації конкретних завдань в галузі реклами та зв'язків із громадськістю.

Пререквізити: вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни як основи реклами та зв'язків з громадськістю, теорія реклами та зв'язків з громадськістю, копірайтинг у рекламі та PR, практика рекламної діяльності, мас-медійна реклама

2. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 7	освітньо-професійна програма «Реклама та зв’язки з громадськістю» за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика	вибіркова	
Модулів – 2		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Індивідуальне навчально-дослідне завдання - дослідницьке завдання		Семестр	
Загальна кількість годин – 210		7-й	7-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 6 год.; самостійної роботи студента – 8,5 год.	Перший рівень вищої освіти (бакалавр)	36год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		36 год.	4 год.
		Лабораторні	
		не передбачено	
		Самостійна робота	
		108 год.	78 год.
			Вид контролю: Екзамен (30 год.)

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 2:3

для заочної форми навчання – 6:39

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно. Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX

1-34 бали	2 «неприйнятно»	F
-----------	-----------------	---

4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Методи навчання: лекції із застосуванням мультимедійного проектора, розв'язування практичних завдань, робота в Інтернеті, складання схем, таблиць, опрацювання аналітичних матеріалів інтернет-реклами.

Методи контролю. Опитування на практичних заняттях, поточне тестування, оцінка за розв'язування практичних завдань, оцінка за створення блогу та соціальної сторінки, оцінювання екзамену.

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ІНФОРМАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ТА РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТУ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

Тема 1. Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри (4 год.).

Технічні принципи та історія розвитку мережі Інтернет.

Можливості Інтернету для пошуку та просування інформації, реклами та зв'язків із громадськістю.

Ринок послуг Інтернету в світі та Україні.

Правові аспекти діяльності Інтернету. Безпека в Інтернеті.

ТЕМА 2. Інформаційні ресурси Інтернету та УКРнету. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в Інтернеті (4 год.)

Пошук за ключовими словами.

Пошук в інформаційних каталогах.

Особливості роботи в різних пошукових системах.

ТЕМА 3. Сайт та блог: принципи діяльності та інформаційні можливості (4 год.)

Технічні та технологічні принципи роботи WWW.

Дизайн сайту. Сервіси сайту. Блог.

Яким має бути ефективний сайт для потреб просування, реклами та зв'язків із громадськістю.

ТЕМА 4. Соціальні мережі, блогосфера (4 год.)

Принципи, види, історія, можливості соціальних мереж.

Маркетингові можливості соціальних мереж.

Громадянська журналістика в соціальних мережах.

Блогосфера як поле діяльності рекламіста та PR-фахівця.

Соціальні мережі та блогосфера в політичній рекламі.

ТЕМА 5. Маркетинг та аналітика в Інтернеті (4 год.)

Вивчення споживчих трендів та ринків через Інтернет.

Сервіси найбільших пошукових систем для потреб маркетингу.

Інтернет як інструмент конкурентної розвідки. Аналітика сайтів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРИНЦИПИ, ТЕХНОЛОГІЇ, ЕФЕКТИВНІ МОДЕЛІ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ В ІНТЕРНЕТІ

ТЕМА 6. Просування сайтів: принципи, технології (4 год.)

Принципи та технологічні засади сайту, ефективного для потреб маркетингу та зв'язків із громадськістю.

Просування сайтів в Інтернеті.

Комунікативні можливості сайтів.

Сайт як віртуальний офіс.

ТЕМА 7. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті (4 год.)

Характеристика основних видів реклами в Інтернеті.

Контекстна реклама.

Банерна реклама.

Реклама в каталогах.

«Вірусна» реклама.

ТЕМА 8. Застосування Інтернету для потреб політичної реклами та брендингу (4 год)

Можливості Інтернет для політичного брендингу та реклами.

Вибірчі кампанії в Інтернеті.

Використання соціальних мереж та блогосфери у політичній рекламі та PR.

Інтернет як середовище інформаційних агресій проти політичних лідерів та партій.

ТЕМА 9. Ефективні моделі маркетингових PR-кампаній у бізнесі із застосуванням мережі Інтернет (4 год.)

На яких ринках Інтернет є ефективним інструментом маркетингу та PR, а на яких – ні.

Інтеграція of та on-line в PR-кампаніях.

Брендинг в мережі Інтернет.

Пабліситі в Інтернеті.

«Вірусні» інформаційні кампанії із застосуванням Інтернету.

6. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	с	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1 ІНФОРМАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ТА РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТУ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ												
Тема 1. Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри	14	4	2			8	9	1				8
ТЕМА 2. Інформаційні ресурси Інтернету та УКРнету. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в Інтернеті	20	4	4			12	9		1			8
ТЕМА 3. Сайт та блог: принципи діяльності та інформаційні можливості	18	4	4			10	9		1			8
ТЕМА 4. Соціальні мережі, блогосфера	20	4	4			12	9		1			8
ТЕМА 5. Маркетинг та аналітика в Інтернеті	20	4	4			12	10	1	1			8
Модульна контрольна робота	2		2									
Разом за змістовим модулем 1.	104	20	20			54	46	2	4			40
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.ПРИНЦИПИ, ТЕХНОЛОГІЇ, ЕФЕКТИВНІ МОДЕЛІ РЕКЛАМИ												

ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ В ІНТЕРНЕТІ												
ТЕМА 6. Просування сайтів: принципи, технології	20	4	4			12	10	1	1			8
ТЕМА 7. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті	20	4	4			12	11		1			10
ТЕМА 8. Застосування Інтернету для потреб політичної реклами та брендингу	20	4	4			12	11		1			10
ТЕМА 9. Ефективні моделі маркетингових PR-кампаній у бізнесі із застосуванням мережі Інтернет	14	4	2			8	12	1	1			10
Модульна контрольна робота	2		2									
Разом за змістовим модулем 2.	76	16	16			44	44	2	4			38
Усього годин	180	36	36			108		4	8			78
Підсумковий контроль	30											

7. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1 ІНФОРМАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ТА РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТУ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ		
1.	ТЕМА 1. Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри. <i>Тема практичного заняття 1. Можливості Інтернету для комунікації.</i>	2 год.
2	ТЕМА 2. Інформаційні ресурси Інтернету та УКРнету. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в Інтернеті <i>Тема практичного 1. Можливості Інтернету для комунікації.</i> <i>Тема практичного заняття 2. Порівняльна характеристика пошукових сервісів різних пошукових систем.</i>	2 год
3	ТЕМА 2. Інформаційні ресурси Інтернету та УКРнету. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в Інтернеті <i>Тема практичного заняття 3. Особливості роботи в різних пошукових системах.</i>	2 год.
4	ТЕМА 3. Сайт та блог: принципи діяльності та інформаційні можливості <i>Тема практичного заняття 4. Комунікаційні можливості сайту.</i>	2 год.
5	ТЕМА 3. Сайт та блог: принципи діяльності та інформаційні можливості <i>Тема практичного заняття 5. Персональний блог як інструмент брендингу та просування</i>	2 год.
6	ТЕМА 4. Соціальні мережі, блогосфера <i>Тема практичного заняття 6. Створення власного блогу та його розміщення відповідно до потреб розвитку</i>	2 год.
7	ТЕМА 4. Соціальні мережі, блогосфера <i>Тема практичного заняття 7. Найбільші соціальні мережі</i>	2 год.
8	ТЕМА 5. Маркетинг та аналітика в Інтернеті	2 год.

	<i>Тема практичного заняття 8. Пошукові системи в маркетингових комунікаціях</i>	
9	ТЕМА 5. Маркетинг та аналітика в Інтернеті <i>Тема практичного заняття 9. Інтернет як інструмент конкурентної розвідки. Аналіз сайту</i>	2 год.
10	Модульна контрольна робота № 1	2 год.
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.ПРИНЦИПИ, ТЕХНОЛОГІЇ, ЕФЕКТИВНІ МОДЕЛІ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ В ІНТЕРНЕТІ		
11	ТЕМА 6. Просування сайтів: принципи, технології <i>Тема практичного заняття 11. Комунікативні можливості сайтів</i>	2 год.
12	ТЕМА 6. Просування сайтів: принципи, технології <i>Тема практичного заняття 12. Сайт як віртуальний офіс.</i>	2 год.
13	ТЕМА 7. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті <i>Тема практичного заняття 13. Копірайтинг в інтернет-рекламі</i>	2 год.
14	ТЕМА 7. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті <i>Тема практичного заняття 14. Створення банерів та вірусної реклами</i>	2 год.
15	ТЕМА 8. Застосування Інтернету для потреб політичної реклами та брендингу <i>Тема практичного заняття 15. Вибірчі кампанії в Інтернеті</i>	2 год.
16	ТЕМА 8. Застосування Інтернету для потреб політичної реклами та брендингу <i>Тема практичного заняття 16. Використання соціальних мереж та блогосфери у політичній рекламі та PR.</i>	2 год.
17	ТЕМА 9. Ефективні моделі маркетингових PR-кампаній у бізнесі із застосуванням мережі Інтернет <i>Тема практичного заняття 17. Вивчення успішних моделей інтернет-реклами та PR.</i>	2 год.
18	Модульна контрольна робота № 2	2 год.
	Разом	36 год.

8. Індивідуальні завдання і самостійна робота

№ з/п	Назва теми самостійної роботи	Кількість годин
1.	Тема 1. Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри <i>Завдання 1: створення каталогу тематичних понять та визначень</i>	8 год.
2.	ТЕМА 2. Інформаційні ресурси Інтернету та УКРнету. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в Інтернеті <i>Завдання 2: розвиток і особливості популярних пошукових систем</i>	12 год.
3.	ТЕМА 3. Сайт та блог: принципи діяльності та інформаційні можливості <i>Завдання 3: Створення власного блогу</i>	10 год.
4.	ТЕМА 4. Соціальні мережі, блогосфера <i>Завдання 4: Створення сторінки в соціальній мережі</i>	12 год.
5.	ТЕМА 5. Маркетинг та аналітика в Інтернеті <i>Завдання 5: Аналіз сайту фірми (за вибором студента)</i>	12 год.
6.	ТЕМА 6. Просування сайтів: принципи, технології <i>Завдання 6: Алгоритм просування сайтів</i>	12 год.
7.	ТЕМА 7. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті <i>Завдання 7: Створення реклами власного блогу</i>	12 год.
8.	ТЕМА 8. Застосування Інтернету для потреб політичної реклами та брендингу <i>Завдання 8: Створення банеру для політичної реклами</i>	12 год.
9.	ТЕМА 9. Ефективні моделі маркетингових PR-кампаній у бізнесі із	8 год.

	застосуванням мережі Інтернет <i>Завдання 9: реферальна доповідь на прикладі успішної інтернет-моделі</i>	
	Разом	108 год.

Індивідуальні завдання

1. Розв'язування практичних завдань.
2. Створення блогу, соціальної сторінки та інтернет-реклами для них.

10. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Литовченко І.С. Інтернет-маркетинг. Навчальник посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
 2. Онлайн-підручник «10 найефективніших способів заробітку в Інтернеті»/Кривенко Р.І.- Режим доступу <http://spokiino.com.ua/ebook/>
 3. Годін А.А., Годін А.М., Комаров В.М. Інтернет-реклама. Учебное пособие. – М.: ИТК «Дашков и К», 2009. – 168 с.
 4. Годін А.А., Годін А.М., Комаров В.М. Інтернет-реклама. – Режим доступу: <http://stud.com.ua/3129/marketing/internet-reklama>
 5. Вири́н Ф. Ю. Інтернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов.- Режим доступу: <http://www.booksgid.com/business/41268-internet-marketing.-polnyjj-sbornik.html>
- Т. Кеглера «Реклама й маркетинг в Інтернеті»

Допоміжна

1. Шевченко О.М., Коваль І.В., Завадський І.О. Основи створення комп'ютерних презентацій: Навч.посібник / О.М. Шевченко – К.: Вид.гр. ВHV, 2009.- 368с.
2. Глушаков С.В., Ломотько Д.В., Мельников В.В. Работа в сети Internet: учеб.курс / С.В. Глушаков – Харьков: Фолио; Москва: АСТ, 2001.- 346с.
3. Клифтон Б. Google Analytics: профессиональный анализ посещаемости веб-сайтов. – Режим доступу: <http://dfiles.ru/files/olndvxmyv>
4. Копыл В. Поиск в интернете. Простой и быстрый курс для самостоятельного изучения / В. Копыл. – М. : Харвест, 2005. – 64 с.
5. Айзенберг Б., Кварто вон Т. Дж., Лайза Т. Тестирование и оптимизация веб-сайтов: руководство по Google Website Optimizer / Б. Айзенберг, вон Т. Дж. Кварто, Т. Лайза. – М. : Диалектика, 2008 – 336 с.
6. Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов. – СПб., К. : Вильямс, 2007. – 304 с.
7. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. – М. : PROMO.RU, 2001. – 416 с. <http://book.promo.ru/>
8. Герасевич В. Самоучитель. Блоги и RSS: интернет-технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб. : ВHV, 2006. – 240 с.
9. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в сети. – Режим доступу: http://royallib.com/read/gurov_filipp/prodvigienie_biznesa_v_internet_vse_o_PR_i_reklame_v_seti.html#0
10. Джейкобсон Х. Google AdWords и контекстная реклама для чайников / Х. Джейкобсон. – М. : Диалектика, 2009. – 432 с.
11. Ющук Е. Блог: создать и раскрутить / Е. Ющук. – М. : Вершина, 2008. – 164 с.
12. Ющук Е. Интернет-разведка: руководство к действию / Е. Ющук. – М. : Вершина, 2007. – 256 с.
13. Чумаченко П. 100% самоучитель. Подкастинг и Интернет-радио, как слушать, записывать и вещать самому. Технолоджи-3000 / П. Чумаченко. – М. : Триумф, 2007. – 304 с.