

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Контекстна реклама та інтернет провайдинг»



Ступінь освіти	бакалавр
Освітня програма	усі ОП
Тривалість викладання	3 чверть
Заняття:	весняний семестр
лекції:	1 година
практичні заняття:	2 години
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/index.php?categoryid=31>

Кафедра, що викладає Конструювання, технічної естетики і дизайну



Викладач:

Федоряченко Сергій Олександрович

доцент, к.т.н.

Персональна сторінка

<https://okmm.nmu.org.ua/ua/Fedoriachenko.php#.X4G63Gj7SMo>

E-mail:

serg.fedoryachenko@gmail.com

1. Анотація до курсу

Контекстна реклама та інтернет провайдинг – це дисципліна яка розвиває soft skills, в напрямку управління, комунікації та ведення рекламних кампаній. Розвиває навички ефективного мислення вивчаючи методологію електронної комерції, аналізуючи і оцінюючи поведінку користувачів, а також формує навички ведення і управління рекламними кампаніями. Під час вивчення дисципліни здобувачі розробляють графічні об'єкти, планують семантичне ядро, налаштовують і запускають рекламну кампанію, практикують використання Cookie-технології.

2. Мета та завдання курсу

Мета дисципліни – розвинути у студентів соціальні навички (soft skills), а саме управлінські та навички ефективного мислення через діяльність в системі електронної комерції, а саме аналіз і оцінку поведінки користувачів, ведення та управління рекламними кампаніями.

Завдання курсу:

- розробити графічні об'єкти. Відтворити їх ротацію у рекламних кампаніях
- спланувати семантичне ядро
- налаштувати і запустити рекламну кампанію

3. Результати навчання

Сформувати і розвинути первинні навички роботи в системі електронної комерції. Аналізувати та критично оцінювати поведінки користувачів. Сформувати навички ведення та управління кампаній.

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

Призначення систем електронної комерції
Методологія діяльності
Визначення цілей рекламної кампанії
Методи та засоби ведення електронних реклам
Типи рекламних кампаній
Таргетинг
Поняття семантичного ядра
Ремаркетинг
Відстеження поведінки користувачів
Ведення та управління кампаній
Оптимізація взаємодії на основі поведінкового аналізу
Дата-центри, формування вичислювальних центрів
Особливості функціонування вичислювальних центрів

ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

Розробка графічних об'єктів
Ротація графічних об'єктів у рекламних кампаніях
Планування семантичного ядра
Ремаркетинг
Cookie-технологія
Налаштування і запуск рекламної кампанії
Управління кампаніями
Взаємодія із пристроями

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних заняттях мати з собою гаджети зі стільниковим інтернетом.

Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Оцінювання з практичної роботи складається як середньозважена оцінка за кожну практичну роботу.

Теоретична частина оцінюється за результатами захисту роботи, що представляє собою – створення візуального матеріалу, публікація матеріалів в соціальних мережах, презентація.

Підсумкова оцінка складається як середньозважена за результатами теоретичної і практичної роботи.

6.3. Критерії оцінювання роботи – експертна оцінка

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням "Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті "Дніпровська політехніка". http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2.Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може опротестувати виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, академічна мобільність, які необхідно підтверджувати документами. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту.

За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням з керівником курсу.

8 Рекомендовані джерела інформації

Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.

Ваш интернет-магазин от А до Я Тимофей Шиколенков, 2017 год. - 400 стр.

Google AdWords: контекстная реклама для вашего сайта Интернет-агентство Ingate, 2016 год. - 110 стр.

100+ хаков для интернет-маркетологов / Евгения Крюкова, Денис Савельев // Дальпина, 2018. – 304 стр.