

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАФТИ І ГАЗУ

Інститут гуманітарної підготовки та державного управління

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор Інституту гуманітарної  
підготовки та державного управління



Дмитро ДЗВІНЧУК

2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ**

**Освітній рівень**      Магістр

**Галузь знань**      02 Культура та мистецтво

**Спеціальність**      029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

**Освітня програма**      Інформаційний інжиніринг та соціальні комунікації

**Статус дисципліни**      Вибіркова

**Мова викладання**      українська

2024 р.

**Розробник:**

доцент кафедри  
інженерії програмного забезпечення,  
[vitalii.melnyk@nung.edu.ua](mailto:vitalii.melnyk@nung.edu.ua)

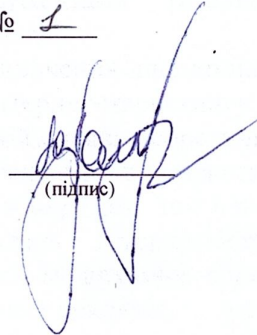
  
(підпис)

Віталій МЕЛЬНИК  
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Схвалено на засіданні кафедри документознавства та інформаційної діяльності

Протокол від « 30 » серпня 2024 року № 1


Завідувач кафедри  
документознавства та інформаційної діяльності  
(назва кафедри)

  
(підпис)

Юлія РОМАНИШИН  
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

**Узгоджено:**

Гарант ОП «Інформаційний інжиніринг  
та соціальні комунікації»

  
(підпис)

Любов ДЕМЧИНА  
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

## 1 ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

<p><b>Мета і завдання дисципліни</b></p>	<p>Мета вивчення дисципліни – навчання студентів використання технологій та набуття здобувачами освіти загальної компетентності, знань, умінь, навичок щодо здатності до використання технологій реалізації Інтернет-реклами, умінь застосування навичок менеджменту та реалізації інформаційних ресурсів у вигляді інформаційних продуктів та послуг новітніми засобами та інструментами Інтернет –, мережевих та інформаційних технологій.</p> <p>Основні завдання вивчення дисципліни полягають у засвоєнні студентами основ Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами в бібліотечній та архівній справі, теоретичних та практичних основ класичної Інтернет-реклами в маркетингу як інформаційних продуктів та послуг в мережах, так і в бібліотечній та архівній справі, основних завдань Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами бібліотечної та архівної справи, засобів, методів та інструментів Інтернет-реклами, методів позиціонування бібліотечних та архівних товарів та послуг в маркетинговому Інтернет-середовищі, технологій та методів управління репутацією та Інтернет-брендингом, імітації, моделювання та інтеграції об’єктних Інтернет-процесів та систем Інтернет-маркетингу й Інтернет-реклами в бібліотечній та архівній справі.</p>
<p><b>Посилання на розміщення дисципліни на навчальній платформі</b></p>	<p><a href="https://docs.google.com/document/d/1TTEgUAJLqzOs3Uq8sOa6f8qbN6Vt4qEJ/edit?usp=drive_link&amp;oid=114052679303945521975&amp;rtpof=true&amp;sd=true">https://docs.google.com/document/d/1TTEgUAJLqzOs3Uq8sOa6f8qbN6Vt4qEJ/edit?usp=drive_link&amp;oid=114052679303945521975&amp;rtpof=true&amp;sd=true</a></p>
<p><b>Попередні вимоги для вивчення дисципліни (пререквізити)</b></p>	<p>-</p>
<p><b>Постреквізити</b></p>	<p>-</p>
<p><b>Результати навчання</b></p>	<p>ПРН1. Формувати стратегії системної організації, модернізації, підвищення ефективності управління інформаційною, бібліотечною та архівною діяльністю.</p> <p>ПРН2. Здійснювати організацію та управління інформаційно-аналітичною діяльністю на підприємствах та установах.</p> <p>ПРН3. Розробляти проекти автоматизації формування інформаційних ресурсів бібліотечних та архівних установ.</p> <p>ПРН4. Застосовувати технології створення та підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, вивчення та задоволення інформаційних потреб користувачів.</p> <p>ПРН13. Застосовувати прикладне програмне забезпечення для вирішення управлінських та/або наукових завдань на основі поєднання інтелектуальних здібностей людини з функціональними можливостями інформаційних систем.</p>
<p><b>Компетентності</b></p>	<p><b>загальні:</b> ЗК 3. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми; ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p><b>фахові:</b> СК 3. Здатність використовувати автоматизовані технології для вирішення практичних, управлінських, науково-дослідних і прогностичних завдань у професійній діяльності;</p>

	<p>СК4. Здатність застосовувати технології та процедури аналітико-синтетичного опрацювання наукової та управлінської інформації;</p> <p>СК6. Здатність застосовувати комп'ютерні технології з метою вдосконалення професійної діяльності, розуміти принципи проектування та функціонування автоматизованих БД, семантичного вебу, веб-сервісів та соціальних медіа;</p> <p>СК11. Здатність визначати специфіку предметної сфери діяльності для формулювання завдань автоматизації інформаційних процесів.</p>
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Іспит
<b>Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)</b>	Аналітичне та логічне мислення; особиста ефективність; інноваційність; креативність; комунікативність; лідерські якості; самодисципліна та самоконтроль; бажання до удосконалення та саморозвитку; вміння уникати конфліктів; емоційний інтелект.

## 2 ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 1) щодо відвідування занять і поведінки на них

Згідно «Положення про організацію освітнього процесу в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу» (від 31.03.2022 р., наказ № 68, <https://cutt.ly/lwiXVaK5>) відвідування здобувачами вищої освіти всіх аудиторних занять з пропонованої дисципліни за чинним, протягом семестру, розкладом є обов'язковим.

Усі види навчальних занять можуть проводитися аудиторно (off line), дистанційно (on line, з використанням технологій дистанційного навчання) або у змішаному форматі. Конкретні форми проведення навчальних занять обумовлюються безпековою ситуацією (зокрема фактами воєнних дій, повітряних тривог, карантинних обмежень тощо) і визначаються рішенням адміністрації університету у вигляді відповідного наказу чи розпорядження, які доводяться до учасників освітнього процесу.

Важливою вимогою освітнього процесу, націленою на забезпечення ефективності навчання, є систематичне відвідування всіх занять здобувачами незалежно від форми їх проведення.

Усі види навчальних робіт і завдань слід виконувати вчасно, щоб зберігати загальний темп курсу, котрий сприяє ефективному засвоєнню матеріалу. Наслідками пропущених практичних занять без поважних причин, зазвичай, стають додаткові види самостійної роботи (домашня контрольна робота, усна відповідь, тестовий контроль, презентація).

При роботі в режимі відеоконференцій здобувачі повинні працювати із ввімкненими відеокамерами, приєднуватися до заняття з персональної корпоративної пошти. Найменування акаунту здобувача повинно містити його прізвище та ім'я для повної ідентифікації його особи.

### 2) щодо дотримання принципів академічної доброчесності

Здобувачі вищої освіти під час навчання в університеті зобов'язані неухильно виконувати «Положення про академічну доброчесність працівників та здобувачів вищої освіти Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу» (від 05.04.2022р., наказ №73). Обов'язковою умовою вивчення дисципліни є дотримання всіма учасниками освітнього процесу принципів академічної доброчесності. При цьому жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються, зокрема неприпустимими вважаються елементи плагіату, списування під час виконання контрольних завдань (у т.ч. із використанням мобільних пристроїв), фальсифікація та фабрикації в письмових роботах і виступах. Здобувачам слід виявляти самостійність у виконанні завдань, дотримуватися коректності посилань на джерела інформації.

При недотриманні академічної доброчесності при виконанні робіт, такі роботи анулюються, а студент повинен повторно виконати завдання самостійно. У випадку відхилення від дотримання принципів академічної доброчесності – реагування відбуватиметься відповідно до Положення про академічну доброчесність працівників та здобувачів вищої освіти ІФНТУНГ ([google.com](https://www.google.com)).

### 3) щодо оцінювання

За умови виконання всіх практичних занять, складання усного контролю засвоєння змістових модулів (колоквіум) та підтвердження опанування на мінімальному рівні результатів навчання (за семестр отримано не менше 35 балів за шкалою ЄКТС) здобувач вищої освіти допускається до семестрового контролю з дисципліни. Форма семестрового контролю – іспит. Присутність здобувача на іспиті з дисципліни є обов'язкова.

У разі застосування дистанційної технології навчання поточний та семестровий контролі здійснюються згідно «Положення щодо організації поточного, семестрового контролю та атестації здобувачів вищої освіти із застосуванням дистанційних технологій» від 22.10.2022р. (наказ №262).

### 4) щодо кінцевих термінів (дедлайнів) та перескладання

Допуск до складання іспиту з дисципліни відбувається після виконання усіх видів робіт та завдань відповідно до робочої програми та індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти. Відпрацювання пропущених занять здійснюється у відведений для цього час відповідно до графіку проведення консультацій викладачами.

Здобувач повинен протягом навчального семестру вчасно (до наступного заняття або визначеної дати) виконувати всі завдання, передбачені даною робочою програмою.

Умови допуску до перескладання іспиту, графік і форми перескладання регламентовані Положенням про організацію освітнього процесу в ІФНТУНГ, зазначеному в п. 1) цього розділу.

#### **5) щодо оскарження результатів контрольних заходів**

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до Положення про звернення здобувачів вищої освіти з питань, пов'язаних з освітнім процесом, затвердженого наказом ректора університету № 43 від 24.02.2020 року. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://griml.com/L3VUV>.



#### **6) щодо конфліктних ситуацій**

Спілкування учасників освітнього процесу (викладачі, здобувачі) відбувається на засадах партнерських стосунків, взаємопідтримки, взаємоповаги, толерантності та поваги до особистості кожного, спрямованості на здобуття істинного знання. Вирішення конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до Положення про вирішення конфліктних ситуацій в ІФНТУНГ, затвердженого наказом ректора університету № 44 від 24.02.2020 року. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://griml.com/i42PI>.



#### **7) щодо опитування здобувачів**

Після завершення курсу здобувачу надається можливість пройти опитування стосовно якості викладання дисципліни за покликанням <https://nung.edu.ua/department/yakist-osviti/04-anketuvannya>



#### **8) щодо визнання результатів навчання у неформальній освіті (у випадку наявності такої можливості)**

Визнання результатів неформального та/або інформального навчання здобувача освіти можливе при поданні здобувачем заяви щодо визнання; ідентифікації задекларованих у письмовій формі результатів неформального та/або інформального навчання, які підлягають оцінюванню за даною дисципліною; оцінювання задекларованих результатів навчання особи; прийняття рішення про визнання та зарахування особі відповідних освітніх компонентів (складових освітніх компонентів) освітньої програми або відмову у визнанні, згідно Положення про порядок визнання результатів навчання отриманих у неформальній та інформальній освіті в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу. Результати пройденого здобувачем он-лайн курсу можуть бути враховані як частина даної навчальної дисципліни, якщо вони відповідають окремим елементам змісту робочої програми та забезпечують необхідні компетентності і програмні результати навчання даної дисципліни.

**9) щодо політики використання інструментів генеративного штучного інтелекту в навчальному процесі**

Всі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися базових принципів використання інструментів генеративного штучного інтелекту відповідно до Положення про загальні політики використання інструментів генеративного штучного інтелекту в навчальному процесі ІФНТУНГ, затвердженого наказом ректора університету від 15.03.2024 року № 82. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://salo.li/1E36Aae>.



### 3 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ»

#### 3.1 Обсяг навчальної дисципліни

Ресурс годин на вивчення дисципліни «Технології Інтернет-реклами» згідно з чинним НП, розподіл за семестрами і видами навчальної роботи для очної форми навчання характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Технології Інтернет-реклами»:

Найменування показників	Усього		Семестр II	
	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)
Кількість кредитів ECTS	4	4	4	4
Загальний обсяг часу, год	120	120	120	120
Аудиторні заняття, год., у т. ч.:	30	10	30	10
лекційні заняття	12	4	12	4
семінарські заняття	-	-	-	-
практичні заняття	18	6	18	6
лабораторні заняття	-	-	-	-
Самостійна робота год.	90	110	90	110
Форма семестрового контролю	Іспит з дисципліни		Іспит з дисципліни	



### 3.2 Лекційні заняття

Тематичний план лекційних занять дисципліни «Технології Інтернет-реклами» характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 – Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їхній зміст	Обсяг годин		Л-ра
		ДФН	ЗФН	Порядковий номер
М1	<b>ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ПОНЯТТЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТИПИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В БІБЛІОТЕЧНІЙ ТА АРХІВНІЙ ПЛОЩИНІ</b>	12	4	1-10,11-20,21-34
ЗМ1	<b>Технології Інтернет-реклами як інструмент бібліотечної та архівної справи: структура та основні складові елементи</b>	4	1	1-10,11-20,21-34
T1.1	Бібліотечна контекстна реклама: визначення, призначення, технології. Бібліотечна Банерна реклама: засоби та інструменти реалізації.	2	0,5	1-10,11-20,21-34
T1.2	Рекламна кампанія як засіб просування бібліотечних та архівних інформаційних продуктів та послуг	1	0,25	1-10,11-20,21-34
T1.3	Інтегровані маркетингові комунікації у соціальних мережах. Маркетинг у соціальних мережах та механізм його позиціонування в бібліотечній та архівній площині	1	0,25	1-10,11-20,21-34
ЗМ2	<b>Технології управління Інтернет-контентом в пошукових системах та соціальних мережах</b>	4	1	1-10,11-20,21-34
T2.1	Технологічні аспекти побудови бібліотечних та архівних електронних веб-платформ. Інструментальні засоби створення бібліотечних та архівних електронних веб-платформ. Стандартні засоби моделювання шаблонів бібліотечних та архівних електронних веб-платформ.	2	0,5	1-10,11-20,21-34
T2.2	Типологізація Інтернет-реклами за підходами. Та їх імплементація в бібліотечній справі. Характеристика Інтернет-реклами за моделями ціноутворення. Та їх позиціонування на архівну та бібліотечну справи. Технологія «СРТ» як базовий медіа показник ефективності різних типів та видів медіа. Технологія РРС, переваги та недоліки застосування. Характеристика, особливості та основні види Інтернет-реклами при формуванні бібліотечних та архівних інформаційних продуктів та послуг	1	0,25	1-10,11-20,21-34
T2.3	Методологічне забезпечення структури бібліотечних та архівних електронних веб-платформ. Електронний ринок послуг. Рівні веб – послуг. Спеціалізовані списки. Типи активності відвідувачів. Електронний каталог. Створення та просування бібліотечних та архівних рекламних послуг мережею. Планування, концепція, впровадження. Механізми планування бібліотечної та архівної рекламної кампанії. Інтеграція бібліотечного та архівного рекламного контенту у електронні каталоги мережі.	1	0,25	1-10,11-20,21-34

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їхній зміст	Обсяг годин		Л-ра
		ДФН	ЗФН	Порядковий номер
ЗМЗ	Процеси моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами як метод оперування об'єктом	4	2	1-10,11-20,21-34
ТЗ.1	Концепція імітаційного моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами об'єктних процесів. Визначення понять «модель», «моделювання», «інформаційна модель». Характеристика та властивості бібліотечних та архівних інформаційних потоків. Аналіз інструментів для вивчення взаємозв'язків між бібліотечними та архівними інформаційними потоками середовища моделювання	2	1	1-10,11-20,21-34
ТЗ.2	Суть та процес імітаційного моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами об'єктних процесів. Візуальне моделювання бібліотечного та архівного об'єктного процесу. Характеристика об'єктів візуального моделювання, основні елементи. Характеристика властивостей бібліотечних та архівних об'єктів моделі. Зв'язки бібліотечних та архівних об'єктів та структуризація візуального моделювання. Етапи та розподіл функцій ідентифікації візуального моделювання.	1	0,5	1-10,11-20,21-34
ТЗ.2	Аналіз практичної реалізації об'єктних потоків імітаційного моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами засобами візуалізації. Аналіз та характеристика програмних рішень процесів моделювання та візуалізації. Опис та функціональна характеристика бібліотечних та архівних програмних продуктів на ринку бібліотечних та архівних інформаційних продуктів та послуг.	1	0,5	1-10,11-20,21-34

**ВСЬОГО:** модулів — 1;  
змістових модулів — 3.

### 3.3 Практичні заняття

Теми рекомендованих практичних занять з дисципліни «Технології Інтернет-реклами» наведені у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їхній зміст	Обсяг годин		Л-ра
		ДФН	ЗФН	Порядковий номер
М1	<b>ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ПОНЯТТЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТИПИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ</b>	18	6	1-10,11-20
ЗМ1	<b>Технології Інтернет-реклами та їх специфіка у бібліотечній та архівній сферах. Структура та основні складові елементи</b>	6	2	1-10,11-20
Т 1.1	Поняття Інтернет-реклами та її реалізація у бібліотечному та архівному сегментах. Особливості розвитку українського сегменту Інтернет-реклами бібліотечної та архівної справи. Характеристики Інтернет-реклами. Типи рекламних кампаній бібліотечної та архівної справи в мережі Інтернет. Переваги та недоліки Інтернет-рекламування. Інтернет-брендинг. Поняття банерної реклами. Переваги та недоліки банерної реклами. Види банерів. Критерії застосування певного виду банеру у відповідності до типу рекламної кампанії в бібліотечній та архівних площинах.	2	1	1-10,11-20
Т 1.2	Поняття класичної контекстної реклами та контекстної реклами бібліотечних та архівних послуг. Переваги та недоліки контекстної реклами. Цінові стратегії контекстної реклами. Правила розміщення контекстної реклами. Медійно-контекстний банер в сфері бібліотечних та архівних послуг. Системи та сервіси контекстної реклами. Ефект контекстної реклами.	2	0,5	1-10,11-20
Т 1.3	Засоби реалізації маркетингової комунікації усіх видів та типів мереж. «Social media marketing» та «Search engine optimization» як інструменти інформаційного маркетингу в контексті медійної та Інтернет-реклами та їх позиціонування в бібліотечній та архівній площинах.	2	0,5	1-10,11-20
ЗМ2	<b>Технології управління класичним та бібліотечним Інтернет-контентом в пошукових системах та соціальних мережах</b>	6	2	1-10,11-20
Т 2.1	Інструментальна імплементація засобів моделювання шаблонів електронних бібліотечних та архівних веб-платформ.	2	0,5	1-10,11-20
Т 2.2	Інтеграція технологій та типологізація Інтернет-реклами за підходами. Механізми планування та інтеграції рекламних кампаній в мережі та їх реалізація в бібліотечну та архівну площини.	2	1	1-10,11-20

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їхній зміст	Обсяг годин		Л-ра
		ДФН	ЗФН	Порядковий номер
Т 2.3	Визначення кон'юнктури та методологічне забезпечення структури електронних бібліотечних та архівних веб-платформ.	2	0,5	1-10,11-20
ЗМЗ	<b>Процеси моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами як метод оперування об'єктом</b>	6	2	1-10,11-20
Т 3.1	Концепція імітаційного моделювання бібліотечних та архівних об'єктних процесів. Характеристика та визначення поняття «модель», «інформаційна модель», «об'єкт», «потік». Аналіз процесу побудови бібліотечної та архівної моделей.	2	0,5	1-10,11-20
Т 3.2	Зв'язки, характеристика та властивості об'єктів бібліотечної та архівної моделей.	2	0,5	1-10,11-20
Т 3.3	Побудова та практична реалізація бібліотечної та архівної моделей засобами візуалізації та програмної складової.	2	1	1-10,11-20

### 3.4 Лабораторні заняття.

Лабораторні заняття не передбачені.

### 3.5 Завдання для самостійної роботи здобувача

Види самостійної роботи в межах навчальної дисципліни «Технології Інтернет-реклами» наведені в таблиці 5.

Таблиця 5 – Зміст самостійної роботи

Найменування видів самостійної роботи	Обсяг годин	
	ДФН	ЗФН
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	26	28
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	30	40
Підготування до практичних занять та контрольних заходів	34	42
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>110</b>

Перелік матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, наведено у таблиці 6.

Таблиця 6 – Матеріал, що виноситься на самостійне вивчення

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, які виноситься на самостійне вивчення	Обсяг годин	Л-ра
М1	<b>ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ПОНЯТТЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, ТИПИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ</b>	30	1-10,11-20
ЗМ1	Технології Інтернет-реклами: структура та основні складові елементи в бібліотечній та архівній площинах	10	1-10,11-20

<i>Шифри</i>	<i>Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, які виносяться на самостійне вивчення</i>	<i>Обсяг годин</i>	<i>Л-ра</i>
T1.1	Реклама в Інтернеті та в бібліотечній й архівній справі. Перелік бібліотечної та архівної рекламної продукції для рекламування. Переваги реклами в Інтернеті. Недоліки реклами в Інтернеті. Етапи запуску бібліотечної та архівної рекламної кампанії в Інтернеті.	4	1-10,11-20
T1.2	Основні види Інтернет-реклами. Процес вибору реклами для бібліотечної та архівної рекламної кампанії. Цінова категорія та розрахунок рекламних пропозицій для просування бібліотечної та архівної рекламної продукції в мережі Інтернет.	3	1-10,11-20
T1.3	Категорії та види контекстної реклами в мережі. Створення та розміщення контекстної та банерної реклами у всіх видах мереж. Просування бібліотечних та архівних рекламних продуктів тематичними каталогами. Рекламування та просування бібліотечних та архівних рекламних продуктів та веб-сервісах. Технології створення бренду бібліотечного та архівного товару й послуги. Визначення цільової аудиторії та життєвий цикл розробки бібліотечного та архівного рекламного продукту для мережі Інтернет.	3	1-10,11-20
<b>ЗМ2</b>	<b>Технології управління бібліотечним та архівним Інтернет-контентом в пошукових системах та соціальних мережах</b>	<b>10</b>	1-10,11-20
T2.1	Програмні платформи та системи «CMS». Технології ефективного пошуку бібліотечного та архівного інформаційно-рекламного контенту в інформаційно-пошукових системах.	4	1-10,11-20
T2.2	Технології «Social media marketing» та «Search engine optimization» як інструменти інформаційного маркетингу в контексті медійної та Інтернет-реклами в бібліотечній та архівній площинах	3	1-10,11-20
T2.3	Веб-сайт та веб-сторінка як документально-інформаційна система. Технології ефективного розміщення та таргетингу бібліотечних та архівних рекламних продуктів й послуг у всіх типах мереж.	3	1-10,11-20
<b>ЗМ3</b>	<b>Процеси моделювання бібліотечних та архівних інформаційних продуктів Інтернет-реклами як метод оперування об'єктом</b>	<b>10</b>	1-10,11-20
T3.1	Візуальне та імітаційне моделювання як спосіб покрокового формування життєвого циклу бібліотечного та архівного рекламного продукту й послуги.	4	1-10,11-20
T3.2	Рекламна модель та специфіка застосування інструментів побудови бібліотечної та архівної рекламної моделі.	3	1-10,11-20

<i>Шифри</i>	<i>Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, які виносяться на самостійне вивчення</i>	<i>Обсяг годин</i>	<i>Л-ра</i>
T3.3	Програмні продукти та засоби побудови й формування бібліотечного та архівного рекламного контенту для рекламної кампанії та окремих видів бібліотечних та архівних рекламних послуг в мережі Інтернет	3	1-10,11-20

Контроль за опрацюванням тем, винесених на самостійне вивчення, є складовою частиною поточного оцінювання за відповідними змістовими модулями.

#### **4 НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

##### **4.1 Основна література**

1. Antony T.Velte, Toby J. Velte, Ph.D. Robert Elsenpeter Cloud Computing: A Practical Approach, McGraw-Hill Companies, USA, 2010. 334 p.
2. Christian Baun, Marcel Kunze, Jens Nimis, Stefan Tai Cloud Computing: Web-basierte dynamische IT-Services, 2. Auflagen Christian Baun, Marcel Kunze, Jens Nimis, Stefan Tai. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, German, 2011. 172 p.
3. PR, маркетинг, реклама – інструменти розвитку бібліотеки / метод. центр бібліотек ЗВО м. Вінниці, Наукова бібліотека ВНМУ ім. М. І. Пирогова ; упоряд. Я. С. Бондарчук, М. І. Мельник ; відп. за вип. Н. М. Кравчук. Вінниця, 2021. 42 с.
4. Мельник В. Д. Електронна комерція: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 139 с.
5. Бородкіна І. Л. Web-технології та Web-дизайн : застосування мови HTML для створення електронних ресурсів : навч. Посібник. Київ : Ліра-К, 2020. 212 с.
6. Веб-технології та веб-дизайн: навч. Посібник. Одеса : Фенікс, 2019. 284 с.
7. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 р. // Відомості Верховної Ради. 1996. № 39. Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T031280.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031280.html)
8. Закон України «Про телекомунікації» №1280-IV від 18.11.2003 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T031280.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031280.html)
9. Закон України «Про рекламу» №1121-IV від 11.07.2003 р. (Нова ред. із змінами, внесеними згідно із Законом №270/96-ВР від 26.07.2018 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.help/law/>
10. Імітаційне моделювання систем масового обслуговування: навч. посіб. [для студентів техн. спец. вищ. навч. закл.] / В. Б. Толубко, А.Д. Кожухівський, В.В. Вишнівський, Г.І. Гайдур, О.А. Кожухівська. Київ: 175 с.
11. Литвинов А. Л. Теорія систем масового обслуговування : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 141 с.
12. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
13. Мельник, В. Д. Веб-дизайн: лаб. Практикум. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2020. 45 с.
14. Мельник, В. Д. Графічні мультимедійні технології: лаб. Практикум. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 45 с.
15. Мельник, В. Д. Електронна комерція: лаб. практикум. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 46 с.
16. Реклама і рекламна діяльність : [навч. посіб.]. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230 с.

#### 4.2 Додаткова література

17. Бібліотечні послуги: облік, статистика, ефективність : науково-методичний посібник / уклад. : О. Яковенко, А. Венідиктова ; відп. ред. О. Василенко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2019. 132 с.
18. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
19. Мельник, В. Д. Інтелектуальні інформаційні системи: лаб. Практикум. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2018. 45 с.
20. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ : Політехніка, 2018. 300 с.
21. Яковенко О. Г. Вплив бібліотек і бібліотечних сервісів на суспільство: аспекти стандартизації // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2018. № 4. С. 29-35.

#### 5 ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ Й ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи навчання й оцінювання і межах дисципліни «Технології Інтернет-реклами» наведені в таблиці 7.

Таблиця 7 – Забезпечення програмних результатів навчання відповідними формами та методами

Шифр програмного результату навчання	Методи навчання (МН)	Форми і методи оцінювання (МФО)
застосовувати технології створення та підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, вивчення та задоволення інформаційних потреб користувачів; створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги; здійснювати маркетингові дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг.	МН 1.1 – лекція; МН 1.2 – розповідь-пояснення; МН 1.3 – бесіда; МН 1.4 – інструктаж; МН 2.1 – ілюстрування; МН 2.4 – комп'ютерні і мультимедійні методи; МН 3.3 – лабораторні роботи; МН 18 – методи самостійної роботи вдома; МН 19 – робота під керівництвом викладача.	МФО 1 – іспит; МФО 4 – поточний контроль; МФО 5 – усний контроль; МФО 6 – письмовий контроль; МФО 7 – лабораторно-практичний контроль; МФО 8 – тестовий контроль.

Шифри програмного результату навчання запозичені з ОПП, а їхній зміст наведений у першому розділі цієї програми.

#### 6 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМИ НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Розподіл балів, які здобувачі освіти можуть отримати за результатами кожного виду поточного та підсумкового контролів, наведена в таблиці 8.

Таблиця 8 – Розподіл балів оцінювання

Види робіт, що контролюються	Максимальна кількість балів
<b>МОДУЛЬ 1</b>	
Контроль засвоєння теоретичних знань змістових модулів ЗМ1, ЗМ2,	60

ЗМ3	
Контроль практичних навиків при виконанні аудиторної контрольної роботи	10
Контроль матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення	30
<b>УСЬОГО</b>	<b>100</b>

Таблиця 8.1 – Розподіл балів оцінювання

Види робіт, що контролюються	Максимальна кількість балів
<b>ЗМ 1, всього,</b> у т.ч.:	<b>20</b>
- практичні заняття, усього	20
у т. ч. за темами:	
Т 1.1,	5
Т 1.2	5
Т 1.3	10
<b>ЗМ 2, всього,</b> у т.ч.:	<b>30</b>
- практичні заняття, усього,	30
у т. ч. за темами:	
Т 2.1	10
Т 2.2	10
Т 2.3	10
<b>ЗМ 3, всього,</b> у т.ч.:	<b>30</b>
- практичні заняття, усього,	30
у т. ч. за темами:	
Т 3.1	10
Т 3.2	10
Т 3.3	10
засвоєння теоретичного матеріалу, колоквиум	<b>20</b>
<b>Усього балів</b>	<b>100</b>

Максимальна кількість балів поточного контролю за одне практичне заняття – від 5 до 10; оцінюються рівень оволодіння теоретичним матеріалом з теми заняття, уміння та навички розв'язання практичних завдань.

Поточний контроль засвоєння змістових модулів дисципліни ЗМ1, ЗМ2, ЗМ3 здійснюються за тестовим методом (МФО8) наприкінці семестру. Здобувачеві вищої освіти надається можливість отримати додаткові бали за виконання індивідуального завдання за темою окремого ЗМ, зміст та обсяги котрого формує викладач. Максимальна кількість балів за виконане індивідуальне завдання – 10.

За умови виконання усіх видів робіт, передбачених навчальним планом та програмою і підтвердження опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримано 60 балів за шкалою ЄКТС), здобувач вищої освіти допускається до семестрового контролю з дисципліни у формі іспиту, котрий виставляється або у відведений час на іспиті або під час екзаменаційної сесії на підставі результатів поточного контролю протягом семестру.

Для визначення ступеня оволодіння навчальним матеріалом із подальшим його оцінюванням застосовуються рівні навчальних досягнень здобувачів вищої освіти, наведені в таблиці 9.



Таблиця 9 – Рівні навчальних досягнень

Рівні навчальних досягнень	Відсоток балу за виконання завдань	Критерії оцінювання навчальних досягнень	
		Теоретична підготовка	Практична підготовка
		Здобувач вищої освіти	
Відмінний	90...100	вільно володіє навчальним матеріалом, висловлює свої думки, робить аргументовані висновки, рецензує відповіді інших студентів, творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань	може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для вирішення поставлених перед ним завдань
Достатній	75...89	вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні недоліки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці	за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання
Задовільний	60...74	володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального матеріалу	має елементарні, нестійкі навички виконання завдання
Незадовільний	менше 60	має фрагментарні знання (менше половини) у незначному загальному обсязі навчального матеріалу; відсутні сформовані уміння та навички; під час відповіді допускаються суттєві помилки	планує та виконує частину завдання за допомогою викладача

Результати навчання з дисципліни оцінюються за 100-бальною шкалою (від 1 до 100) з переведенням в оцінку за традиційною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» відповідно до шкали, наведеної в таблиці 10).

Таблиця 10 – Шкала оцінювання: національна та ECTS

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS
<b>Відмінно</b>	90-100	A	<b>Відмінно</b> – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
<b>Добре</b>	82-89	B	<b>Дуже добре</b> – вище середнього рівня з кількома помилками
	75-81	C	<b>Добре</b> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок
<b>Задовільно</b>	67-74	D	<b>Задовільно</b> - непогано, але зі значною кількістю недоліків
	60-66	E	<b>Достатньо</b> – виконання задовольняє мінімальні критерії
<b>Незадовільно</b>	35-59	FX	<b>Незадовільно</b> – потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або скласти іспит
	0-34	F	<b>Незадовільно</b> – необхідна серйозна подальша робота

## 7 ЗАСОБИ НАВЧАННЯ

Навчальний процес відбувається в аудиторіях університету, оснащених мультимедійним обладнанням та персональними комп'ютерами. Студенти можуть також використовувати власні портативні комп'ютери для мобільності та результативності. Крім того, використовується сучасна матеріально-технічна база університету, а саме: комп'ютерні класи загально-університетського призначення, науково-технічна бібліотека, програмні інструменти для управління проектами, онлайн-доступом до Інтернет-ресурсів та локальних баз. Застосування відеокамери та мікрофону необхідно у випадку, якщо навчання відбувається в онлайн-форматі.