

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РЕКЛАМА ТА PR В ІНТЕРНЕТІ**

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Середня освіта (українська мова і література); Середня освіта (польська мова та література);
Польська мова і література та англійська мова; Українська мова і література; Чеська мова і
літератур

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.

м. Івано-Франківськ - 2025

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Реклама та PR в інтернеті
Викладач (і)	Шотурма Наталія Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики
Контактний телефон викладача	+380977695896
E-mail викладача	nataliia.shoturma@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/cb0444219da92bf7c547
Консультації	Ср. 13.30-15.00

2. Анотація до навчальної дисципліни

Предмет дисципліни «Реклама та PR в Інтернеті» покликаний формувати теоретичну та прикладну бази фахівця, який має зрозуміти, що жанр в інтернет просторі – усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливою комунікативною метою або способом публікації.

Головне завдання курсу - ознайомити студентів з основними принципами функціонування мережі інтернет; сформувати у студентів навички самостійної роботи з мережевими засобами масової комунікації; проінформувати студентів про види, головні завдання інтернет-медіа, їх основні риси та спеціалізацію; ознайомити студентів із переліком інтернет-видань, структурою, напрямками роботи вітчизняних мережових видань, особливостями локальних та світових комп'ютерних мереж; навчити майбутніх журналістів володіти механізмом пошуку джерел інформації та застосування її в інтернеті; сформувати у студентів навички ідентифікації, аналізу та самостійного створення журналістських творів різних жанрів для інтернет-медіа; підготувати спеціалістів у галузі онлайн-журналістики.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Мета дисципліни спрямована на оволодіння студентами основними вміннями та навичками роботи з різними видами реклами в Інтернеті; опанування специфікою створення рекламних та PR-матеріалів для різних видів онлайн платформ.

4. Програмні компетентності та результати навчання

ЗК02.Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
ЗК07.Здатність працювати в команді;
СК 01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;
СК 02. Здатність формувати інформаційний контент;
СК 03. Здатність створювати медіапродукт;
СК 04. Здатність організовувати та контролювати командну професійну діяльність;
СК 05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

Програмні результати навчання

ПР 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;
 ПР 06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків;
 ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально комунікаційних наук;
 ПР 14. Генерувати інформаційний контент для будь-якого виду ЗМІ за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;
 ПР 16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію;
 ПР 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни - 90 год.	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10 год.
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20 год.
самостійна робота	60 год.

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибіркового
3-8	Середня освіта (українська мова і література); Середня освіта (польська мова та література); Польська мова і література та англійська мова; Українська мова і література; Чеська мова і літератур	2-4	вибіркового

Тематика навчальної дисципліни	
Тема	кількість год.

	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри.	1	2	5
Тема 2. Блог: принципи діяльності та інформаційні можливості.	1	2	10
Тема 3. PR-комунікація в соціальних мережах. Мікроблогінг.	2	4	5
Тема 4. Сайт: принципи діяльності та інформаційні можливості.	2	4	10
Тема 5. Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті.	2	4	10
Тема 6. Маркетинг та аналітика в Інтернеті. Організація рекламної кампанії в мережі інтернет.	2	4	20
Загальна	10	20	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Поточне тестування та самостійна робота - 55 балів. Контрольна робота – 15 балів. Підсумкова практична (творча) робота (залік) – 30 балів. Загальна кількість – 100 балів.			
	Оцінка в балах	Оцінка національній шкалі	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за залік
	90-100	відмінно	A	зараховано
	80-89	добре	B	
	70-79		C	
	60-69	задовільно	D	
	50-59		E	
	26-49	незадовільно (з можливістю повторного складання)	FX	незараховано
	1-25	незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)	F	
	Вимоги до письмових робіт			
Письмовий контроль у вигляді модульної контрольної роботи, виконання індивідуальних завдань, реферату, тестування. Виконання письмової роботи передбачає:				

	1) повторення здобувачами лекційного матеріалу та отриманих знань при підготовці та проведенні семінарських занять, самостійного опрацювання рекомендованої літератури з питань, що виносяться на модульний контроль; 2) написання письмової контрольної роботи є обов'язковим для виставлення підсумкової оцінки. У випадку, якщо студент не написав контрольну роботу, він вважається таким, що не виконав усіх видів робіт, що передбачаються з даної дисципліни. Створення та проведення комунікаційної кампанії в інтернет-середовищі.
Практичні заняття	Відвідування та активна участь студентів у роботі практичних занять також є обов'язковою умовою успішного складання курсу. Пропонуються наступні форми роботи на заняттях: виступ, опонування, рецензія, участь у дискусії. На практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у виступах, активність при обговоренні питань, відповіді на питання експрес-контролю тощо. Критеріями оцінки при усних відповідях можуть бути: повнота розкриття питання; логіка викладення; впевненість та переконливість, культура мови; використання основної та додаткової літератури (монографій, навчальних посібників, журналів, інших періодичних видань тощо); аналітичність міркування, вміння робити порівняння, висновки. Усна відповідь може бути доповнена наочними посібниками, зокрема, візуалізовано презентацією (обсягом 15-20 слайдів), зміст та використання якої оцінюється окремо. Вимоги до презентації по індивідуальній (самостійній) роботі: візуалізований характер, гармонійне поєднання зображень та тексту; всі елементи презентації мають бути підготовлені студентом самостійно, із дотриманням вимог академічної доброчесності. Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.
Умови допуску до підсумкового контролю	Здобувач допускається до підсумкового контролю за умови повного виконання всіх видів роботи, передбачених програмою навчальної дисципліни. Належне виконання: 1) змісту питань планів практичних занять. Для цього необхідно готувати конспекти практичних занять. Вітається якісна підготовка візуалізованих презентацій для відповідей; 2) індивідуальної роботи; 3) підсумкової контрольної роботи. Виконання практичних завдань із створення рекламних та PR-матеріалів для різних онлайн-платформ.
Підсумковий контроль	Форма контролю (залік) Форма здачі (комбінована).

7. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (http://surl.li/dhrfg) та Кодексом честі університету (http://surl.li/emmg1). Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями. Спілкування з викладачами здійснюється під час консультаційних годин (або за попереднім погодженням із викладачем). Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями.
Відвідування занять	Відвідування занять є важливою складовою навчання. Відвідування лекцій та практичних занять для студентів є обов'язковим. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.
Неформальна освіта	Можливе зарахування результатів неформальної освіти у відповідності з Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти: Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.) Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.

8. Рекомендована література

Основна

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник для студентів ВНЗ / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. 2-ге видання. К. : ЦУЛ, 2020. 200 с. URL : <https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=USH.5743904>
2. Гол Дж. Онлайн-журналістика [пер. з англ. К. Булкін] / Дж. Гол. К.: «К.І.С.», 2005. 344 с.

3. Крейг Р. Інтернет-журналістика. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 323 с.
4. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: Навч. Посібник . Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. Вінниця, 2016. 165 с. URL : <http://przhyt.ucoz.ua/>.
6. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, інтернет . К.: Києво-Могилянська академія, 2008. 407 с.

Допоміжна література

1. Антонюк А. С. Характеристики якісного веб-сайту. А. С. Антонюк, Н. Р. Пасічник / Сучасні комп'ютерні інформаційні технології : матеріали V Всеукраїнської школи семінару молодих вчених і студентів (Тернопіль, 22–23 травня 2015 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2015. С. 81–82.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф. Іванова. К.: Академія української преси, 2004. 262 с.
3. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ. К.: без в/в, 2003. 124 с.
4. Городенко Л.М. Типологія Інтернет-видань. Друкарство. 2004. №5. С. 25-28.
5. Денисенко В. Майбутнє ЗМІ - за мультимедійністю: Чому газетам не треба боятися інтернету. День. 2005. 20 квітня. (№70). С. 8.
6. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора. Вісник Книжкової палати. 2014. № 9. С. 10–12.
7. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики* : зб. наук. пр. 2012. Т. 49. С. 142–146.
8. Каверіна А. С. Ключові тенденції в українському медіапросторі. *Молодий вчений* : Науковий журнал. 2015. № 10 (25). С. 200–204.
8. Каверіна А. С. Медіаконвергенція як новий етап розвитку ЗМІ. Сучасні тенденції розвитку суспільних наук : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 26–27 грудня 2014 року). Львів : ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2014. С. 51–55.
9. Кашуба Г. Українські інтернет-видання: комунікативно лінгвістичні та правові аспекти. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика. Львів, 2004. Вип. 25. С.474–480.
10. Ковальчук С. В. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / С. В. Ковальчук, Р. В. Бойко, А. В. Корюгін. Львів : Новий Світ-2000, 2019. 270 с. URL : <https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=SuSDU.BibRecord.71305>
11. Нестеренко О. Жанрова природа мультимедійних історій. *Наукові записки*. 2016. №2 (53). С. 346–355.
12. Федорчук А. Особливості створення інформаційних ресурсів на основі традиційних та електронних ЗМІ. *Бібліотечний вісник* . 2009. № 4. С. 21–25.
13. Чабаненко М. В. До питання історії та особливостей розвитку вітчизняних журналістських Інтернет-видань. *Теле- та радіожурналістика*: зб. наук. пр. Львівський нац. ун-т імені Івана Франка, 2009. Вип. 8. С. 98–10.
14. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум. К.: ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.

Інформаційні ресурси

1. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/>

2. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article& article=1038>
3. Коцарев О. О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія URL : http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/kotsarev/kots_article_3.pdf
4. Потятиник Б. В. Мережева журналістика: Нариси URL : http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/borys/internet_journ.htm

Наталія Шотурма,
доцент кафедри журналістики