

**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)**

Освітня програма **06 Журналістика**

Спеціальність **Журналістика**

Галузь знань **061 Журналістика**

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 6 від «18» грудня 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	natalia.shoturma@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/cb0444219da92bf7c547">https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/cb0444219da92bf7c547</a>
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 / <b>практичні</b> / лабораторні	20 год.
самостійна робота	60 год.

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
7	Журналістика	4	вбірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
<b>Тема 1.</b> Інтернет: загальна характеристика можливостей, тренди, ринок послуг, зв'язок із іншими системами зв'язку та поширення інформації, технічні параметри.	1	2	5

<b>Тема 2.</b> Блог: принципи діяльності та інформаційні можливості.	1	2	10
<b>Тема 3.</b> PR-комунікація в соціальних мережах. Мікроблогінг.	2	4	5
<b>Тема 4.</b> Сайт: принципи діяльності та інформаційні можливості.	2	4	10
<b>Тема 5.</b> Контекстна, банерна та інші види реклами в Інтернеті.	2	4	10
<b>Тема 6.</b> Маркетинг та аналітика в Інтернеті. Організація рекламної кампанії в мережі інтернет.	2	4	20
<b>Загальна</b>	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	
	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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Здобувач допускається до підсумкового контролю за умови повного виконання всіх видів роботи, передбачених програмою навчальної дисципліни. Належне виконання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) змісту питань планів практичних занять. Для цього необхідно готувати конспекти практичних занять. Вітається якісна підготовка візуалізованих презентацій для відповідей;</li> <li>2) індивідуальної роботи;</li> <li>3) підсумкової контрольної роботи.</li> </ol> <p>Виконання практичних завдань із створення рекламних та PR-матеріалів для різних онлайн-платформ.</p>
Підсумковий контроль	<p>Форма контролю (залік)</p> <p>Форма здачі (комбінована).</p>

## 7. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>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</p>
--------------------------	---

	<p>діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (<a href="http://surl.li/dhrfg">http://surl.li/dhrfg</a>) та Кодексом честі університету (<a href="http://surl.li/emmg1">http://surl.li/emmg1</a>).</p> <p>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).</p> <p>Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними міркуваннями.</p>
Відвідування занять	<p>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.</p> <p>Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.</p>
Неформальна освіта	<p>Можливе зарахування результатів неформальної освіти у відповідності з Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти: <a href="#">Положенням 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.)</a></p> <p>Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.</p>

## 8. Рекомендована література

<i>Основна</i>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>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 : <a href="https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=USH.5743904">https://lib.sumdu.edu.ua/library/DocumentDescription?docid=USH.5743904</a></li> <li>2. Гол Дж. Онлайн-журналістика [пер. з англ. К. Булкін] / Дж. Гол. К.: «К.І.С.», 2005. 344 с.</li> <li>3. Крейг Р. Інтернет-журналістика. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 323 с.</li> <li>4. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: Навч. Посібник . Львів: ПАІС, 2010. 246 с.</li> <li>5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. Вінниця, 2016. 165 с. URL : <a href="http://przhyt.ucoz.ua/">http://przhyt.ucoz.ua/</a>.</li> </ol>	

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://journalib.univ.kiev.ua/>
2. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах. URL : <http://journalib.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](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](http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/borys/internet_journ.htm)

*Наталія Шотурма,*  
доцент кафедри журналістики