

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами

СИЛАБУС

МЕДІАПЛАНУВАННЯ /
MEDIA PLANNING

Інформація про викладача	
Викладач	Довгань Юрій
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, корп.1, ауд. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
E-mail	y.dovhan@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=165
Інформація про освітній компонент	
Статус компонента	Вибірковий
Освітній ступінь	Бакалавр
Навчальний рік	2026/2027
Анотація курсу	Метою викладання освітнього компонента «Медіапланування» є освоєння теоретичних засад планування рекламних кампаній в сучасних медіа та формування у здобувачів вищої освіти вміння застосовувати отримані знання в процесі створення медіапланів
Мова викладання	Українська
Результати навчання	Ефективно використовувати різні медіаформати. Інтерпретувати конструктивні навички для розв'язання тактичних проблем у сфері рекламної діяльності та діяльності зі зв'язків з громадськістю. Розробляти та реалізовувати комплексні, спеціальні та інноваційні рекламні кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю. Обґрунтовувати вибір суб'єктів медіа як рекламних носіїв та оцінювати ефективність їх використання. Розробляти план рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю в Інтернеті та оцінювати їх результативність. Знати підходи до формування політики підприємства в сфері реклами і зв'язків з громадськістю. Розробляти комунікаційні та рекламні стратегії підприємства. Розраховувати оптимальний бюджет рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти для цілей реклами та зв'язків з громадськістю

Тематичний план та оцінювання результатів навчання						
Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	самостійна робота студентів		
Тема 1. Вступ до медіапланування та медіабриф	18	4	4	10	В, УД, РПЗ	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 2. Медіадослідження та джерела даних	18	4	4	10	В, УД, ДП	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 3. Ключові медіапоказники (KPIs)	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, Т	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 4. Стратегії медіапланування	9	2	2	5	В, УД, ДП	5
Тема 5. Бюджетування та розподіл медіабюджету	9	2	2	5	В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 6. Медіабаїнг та переговори	9	2	2	5	К, РМГ, Т	5
Тема 7. Медіапланування в традиційних медіа	18	4	4	10	В, УД, ДП	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 8. Медіапланування в цифрових медіа	18	4	4	10	В, УД, ДП	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 9. Програматик та автоматизація закупівель в медіаплануванні	9	2	2	5	В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 10. Програмне забезпечення медіапланування	18	4	4	10	В, РПЗ, ДП	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 11. Оцінка ефективності медіакампаній	9	2	2	5	В, РМГ, РПЗ, Т	5
Індивідуальне завдання	27			27	ІЗ	15
Всього	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль – екзамєн						
Поточний контроль / критерії оцінювання	Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. Т – тестування – 1 бал. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. УД – участь у дискусії – 2 бали. РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали. ДП – доповідь і презентація – 2 бали. К – кейс-стаді – 3 бали. ІЗ – індивідуальне завдання – 15 балів (індивідуальне творче завдання, курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 10 балів). Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів. Критерії оцінювання відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти»					

Основні літературні та інформаційні джерела	1. Добрянська В.В., Васюта В.Б., Даніленко А.В. Дослідження медіа-ринку України з метою прийняття рішень щодо маркетингових комунікацій. <i>Ефективна економіка</i>. 2022. № 2. URL: https://www.doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.84. 2. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Шарко В.В., Танасійчук А.М. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 294 с. 3. Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навч. посібник. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”», 2021. 192 с. 4. Крепак А. С. Медіапланування: навч. посібник. Київ: КНТЕУ, 2018. 128 с. 5. Медіапланування. Практикум. Київ КПП ім. Ігоря Сікорського, 2023. 124 с. 6. Українська Асоціація Маркетингу http://uam.in.ua/ 7. A Guide to Media Planning and Buying in 2021. Веб сайт. URL : https://mediatool.com/wp-content/uploads/mediatool-media-planning-guide.pdf 8. Hamelin M. The Essentials of Media Planning: Learn the Basics of the Profession in Less Than 100 Pages. Independently Published, 2021. 178 p. 9. Katz H. The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying. Taylor & Francis, 2022. 250 p. 10. Polishchuk I., Dovhan Y., Yakushevska O., Dovhan L., Kravchenko O., Petrova V. Digital Marketing: Tools, Trends and Perspectives. <i>Proceedings of the 13th International Conference on Applied Innovations in IT</i>. 2025. Vol. 13. Issue 1. P. 287–294.
Політика освітнього компонента	
Організація навчання	Організація освітнього процесу здійснюється відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти». Розроблено завдання для практичних занять з курсу, при викладанні застосовуються сучасні методи навчання; при виконанні завдань використовується автоматизована система управління навчанням MOODLE, передбачено виконання ситуаційних завдань та самостійної роботи. Зараховуються результати неформальної освіти
Інтеграція ШІ в освітній процес	Згідно пункту 3 Політики застосування штучного інтелекту (ШІ) правила для здобувачів: 1. Планування та генерація ідей Використання ШІ для мозкового штурму, пошуку нових ідей при підготовці доповідей, презентацій, наукових робіт (з обов’язковим додаванням у запит посилань на україномовні джерела за тематикою дослідження). Створення кількох варіантів структури або плану роботи для подальшого власного вибору та опрацювання. 2. Допомога в дослідженнях Узагальнення великих наукових статей або звітів для швидкого розуміння їхньої суті. Важливо: це не замінює необхідності самостійного прочитання та критичного аналізу ключових джерел. Пошук релевантної літератури або джерел (з обов’язковою подальшою перевіркою їх існування та достовірності, оскільки ШІ може вигадувати джерела). 3. Покращення власного тексту. Перевірка граматики, орфографії та пунктуації у власноруч написаному тексті. Перефразування власних складних речень для покращення ясності та стилю. Переклад фрагментів тексту з іноземних джерел з обов’язковим подальшим редагуванням, оскільки автоматичний переклад часто буває неточним. Заборонене використання ШІ (що вважається порушенням академічної

добросовісності)

Наступні дії є суворо забороненими і розглядаються як грубе порушення принципів академічної доброчесності, що прирівнюється до плагіату та академічного шахрайства:

1. Пряме копіювання (Плагіат)

Подання тексту, повністю або значною мірою згенерованого ШІ, як власної, оригінальної роботи.

2. Використання під час контрольних заходів

Будь-яке використання інструментів ШІ під час іспиту, тестів (включаючи онлайн-тестування), якщо це не було прямо та письмово дозволено науково-педагогічним працівником для конкретного завдання.

3. Фальсифікація та вигадкування

Використання ШІ для створення фальшивих даних, неіснуючих посилань на літературу, фейкових цитат чи результатів досліджень.

4. Делегування ключових завдань

Перекладання на ШІ основного аналітичного чи творчого завдання роботи. Наприклад, замість самостійного аналізу ринкової ситуації здобувач дає ШІ запит: «Проаналізуй ринок логістичних послуг в Україні та напиши висновки», а потім подає отриманий текст як результат власного аналізу.

Вимоги до декларування та цитування

Прозорість є ключовим елементом відповідального використання ШІ.

1. Обов'язок декларування

Здобувач **зобов'язаний** декларувати факт використання інструментів генеративного ШІ у всіх письмових роботах, що підлягають оцінюванню.

Виняток: декларування не вимагається для базових завдань, як-от перевірка орфографії чи граматики за допомогою вбудованих редакторів (наприклад, в MS Word).

2. Пріоритет вимог науково-педагогічного працівника

Науково-педагогічний працівник має право встановити власні, більш деталізовані правила використання та декларування ШІ в межах своєї дисципліни. Ці вимоги, зазначені в силабусі курсу, є пріоритетними.

3. Формат декларації

Декларація має бути розміщена у вступі до роботи або в окремому параграфі «Декларація про використання ШІ» в кінці роботи (перед списком літератури).

Декларація повинна містити:

назву інструменту та компанію-розробника (наприклад, ChatGPT від OpenAI, Gemini від Google);

чіткий перелік завдань, для яких використовувався ШІ;

підтвердження, що здобувач несе повну відповідальність за фінальний зміст роботи.

Приклад повної декларації:

Декларація про використання ШІ

Під час підготовки цієї наукової роботи було використано інструмент ChatGPT-4 (OpenAI). Його було застосовано для таких допоміжних завдань:

генерація ідей для структури роботи на етапі планування;

перефразування трьох речень у розділі 2 для покращення стилістики;

генерація базового шаблону для SWOT-аналізу, який був згодом самостійно заповнений та проаналізований.

Весь основний текст, аналіз, інтерпретація даних та висновки є результатом моєї власної інтелектуальної праці. Я перевінив(ла) всю інформацію, отриману від ШІ, на точність та достовірність і несу повну відповідальність за зміст цієї роботи

Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять здійснюється шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі: щопонеділка та щочетверга – з 14:00 до 16:00 в кабінеті 4 (корпус 1); онлайн з використанням СУН MOODLE, платформи Zoom, месенджерів
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені). Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти»
Академічна доброчесність	Положення «Про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти». Політика застосування штучного інтелекту (ШІ)
Інші складові політики освітнього компонента	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультацій викладача

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 01 від 19.01.2026

Науково-педагогічний працівник



Юрій ДОВГАНЬ

Завідувач кафедри маркетингу та реклами



Ірина ПОЛЩУК