

**ПЛАН
ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ**

з дисципліни «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ»

Практичні заняття, годин – 16

Викладач – Окландер М.А.

Обсяг у годинах	Тема та стислий зміст практичного заняття	Мета заняття
1	2	3
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЗМІСТ ТА СПЕЦИФІКА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ		
2	1. Сутність та принципи цифрової економіки. Інструменти цифрової економіки 1. Предмет цифрової економіки. 2. Основні поняття концепції цифрової економіки. 3. Основні інструменти цифрової економіки. 4. Інструменти інтернет-аналітики.	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - предмет цифрової економіки, - засоби цифрової економіки; <i>Уміти:</i> - використання інструментів цифрової економіки; - використання інструментів інтернет-аналітики.
2	2. Кількісні та якісні характеристики цифрової економіки 1. Сутність і зміст інтернет метрик. 2. Приклади інтернет метрик. 3. Головні помилки при розробці цифрового ресурса 4. Юзабіліті-аудит.	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - якість процесів цифрової економіки; - характеристики цифрової економіки. - роль юзабіліті при розробці цифрових проектів; <i>Уміти:</i> - використання інструментів інтернет метрик; - виявляти типові помилки при розробці цифрового ресурса; - виконувати юзабіліті-аудит.
2	3. Соціальні медіа у суспільних комунікаціях 1. Огляд основних соціальних мереж. 2. Контент стратегія. 3. Контент план. 4. Таргетированная реклама.	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - переваги та недоліки соціальних мереж. - принципи створення контенту та реклами. <i>Уміти:</i> - будувати контент стратегії та контент плани. - формувати стратегії таргетингової реклами.
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2. НОВІТНІ ЦИФРОВІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ		
2	4. Сутність та принципи контекстної реклами 1. Основні поняття і визначення	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - процес створення та запуску кон-

	<p>контекстної реклами.</p> <p>2. Алгоритм запуску контекстної реклами</p> <p>3. Інструменти контекстної реклами.</p> <p>4. Система Google Adwords та Yandex Direct.</p>	<p>текстної реклами;</p> <p>- якість сервісів контекстної реклами;</p> <p><i>Уміти:</i></p> <p>- будувати алгоритми запуску контекстної реклами;</p> <p>- створювати рекламні кампанії в системах Google Adwords та Yandex Direct.</p>
2	<p>5. Сутність та принципи пошукової оптимізації. Оптимізація контенту.</p> <p>1. Основні поняття і визначення пошукової оптимізації.</p> <p>2. Контент ресурси.</p> <p>3. Семантичне ядро ресурсу.</p> <p>4. Інструменти для роботи з вмістом сайту.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <p>- основні фактори ранжування ресурсів в пошукових системах;</p> <p>- роль контенту в ранжування ресурсів в пошукових системах;</p> <p><i>Уміти:</i></p> <p>- використовувати інструменти для роботи з вмістом сайту;</p> <p>- формувати семантичне ядро ресурсу.</p>
	<p>6. Сутність та принципи пошукової оптимізації. Зовнішня оптимізація.</p> <p>1. Види посилань.</p> <p>2. Аналіз власних посилань.</p> <p>3. Інструменти для роботи з посиланнями.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <p>- зовнішні фактори ранжування ресурсів в пошукових системах;</p> <p>- роль посилань в ранжування ресурсів в пошукових системах;</p> <p><i>Уміти:</i></p> <p>- аналізувати «якість» посилань;</p> <p>- використовувати інструменти для формування посилань.</p>
2	<p>7. Сутність та принципи Email-маркетингу</p> <p>1. Стратегія розсилок.</p> <p>2. Контент листів.</p> <p>3. Оцінка ефективності email-маркетингу.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <p>- переваги та недоліки email-маркетингу;</p> <p>- ефективність кампаній з email-маркетингу;</p> <p><i>Уміти:</i></p> <p>- будувати стратегії розсилок;</p> <p>- створювати контент листів;</p> <p>- оцінювати ефективність кампаній з email-маркетингу.</p>
2	<p>8. Сутність та принципи тизерних мереж</p> <p>1. Відмінності від контекстної реклами.</p> <p>2. Специфіка роботи з тизерними мережами.</p> <p>3. Основні поняття і визначення CPA мережі.</p> <p>4. Товарні CPA мережі.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <p>- відмінності контекстної та тизерної реклами;</p> <p>- переваги та недоліки CPA мережі;</p> <p><i>Уміти:</i></p> <p>- створювати тизерні рекламні кампанії;</p> <p>- працювати з товарними CPA мережами.</p>