

**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
2	<p><b>1. Сутність та принципи цифрової економіки. Інструменти цифрової економіки</b></p> <p>1. Предмет цифрової економіки.                  2. Основні поняття концепції цифрової економіки.                  3. Основні інструменти цифрової економіки.                  4. Інструменти інтернет-аналітики.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Предмет цифрової економіки,</li> <li>- Засоби цифрової економіки;</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання інструментів цифрової економіки;</li> <li>- використання інструментів інтернет-аналітики.</li> </ul>
2	<p><b>2. Кількісні та якісні характеристики цифрової економіки</b></p> <p>1. Сутність і зміст інтернет метрик.                  2. Приклади інтернет метрик.                  3. Головні помилки при розробці цифрового ресурса                  4. Юзабіліті-аудит.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- якість процесів цифрової економіки;</li> <li>- характеристики цифрової економіки.</li> <li>- роль юзабіліті при розробці цифрових проектів;</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання інструментів інтернет метрик;</li> <li>- виявляти типові помилки при розробці цифрового ресурса;</li> <li>- виконувати юзабіліті-аудит.</li> </ul>
2	<p><b>3. Соціальні медіа у суспільних комунікаціях</b></p> <p>1. Огляд основних соціальних мереж.                  2. Контент стратегія.                  3. Контент план.                  4. Таргетированная реклама.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- переваги та недоліки соціальних мереж.</li> <li>- принципи створення контенту та реклами.</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- будувати контент стратегії та контент плани.</li> <li>- формувати стратегії таргетингової реклами.</li> </ul>
2	<p><b>4. Сутність та принципи контекстної реклами</b></p> <p>1. Основні поняття і визначення контекстної реклами.                  2. Алгоритм запуску контекстної реклами                  3. Інструменти контекстної реклами.                  4. Система Google Adwords та Yandex Direct.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процес створення та запуску контекстної реклами;</li> <li>- якість сервісів контекстної реклами;</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- будувати алгоритми запуску контекстної реклами;</li> <li>- створювати рекламні кампанії в системах Google Adwords та Yandex Direct.</li> </ul>
2	<p><b>5. Сутність та принципи пошукової оптимізації. Оптимізація контенту.</b></p> <p>1. Основні поняття і визначення пошукової оптимізації.                  2. Контент ресурси.                  3. Семантичне ядро ресурсу.                  4. Інструменти для роботи з вмістом сайту.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основні фактори ранжування ресурсів в пошукових системах;</li> <li>- роль контенту в ранжування ресурсів в пошукових системах;</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використовувати інструменти для роботи з вмістом сайту;</li> <li>- формувати семантичне ядро ресурсу.</li> </ul>
	<p><b>6. Сутність та принципи пошукової оптимізації. Зовнішня оптимізація.</b></p> <p>1. Види посилань.                  2. Аналіз власних посилань.                  3. Інструменти для роботи з посиланнями.</p>	<p><i>Розуміти та формувати судження про :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зовнішні фактори ранжування ресурсів в пошукових системах;</li> <li>- роль посилань в ранжування ресурсів в пошукових системах;</li> </ul> <p><i>Уміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналізувати «якість» посилань;</li> <li>- використовувати інструменти для формування посилань.</li> </ul>

1	2	3
2	<b>7. Сутність та принципи Email-маркетингу</b> 1. Стратегія розсилок. 2. Контент листів. 3. Оцінка ефективності email-маркетингу.	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - переваги та недоліки email-маркетингу; - ефективність кампаній з email-маркетингу; <i>Уміти:</i> - будувати стратегії розсилок; - створювати контент листів; - оцінювати ефективність кампаній з email-маркетингу.
2	<b>8. Сутність та принципи тизерних мереж</b> 1. Відмінності від контекстної реклами. 2. Специфіка роботи з тизерними мережами. 3. Основні поняття і визначення CPA мережі. 4. Товарні CPA мережі.	<i>Розуміти та формувати судження про :</i> - відмінності контекстної та тизерної реклами; - переваги та недоліки CPA мережі; <i>Уміти:</i> - Створювати тизерні рекламні кампанії; - Працювати з товарними CPA мережами.

Для студентів заочної форми навчання

**Практичні заняття, годин – 4**

**Викладач – Окландер М.А.**

Обсяг у годинах	Тема та стислий зміст практичного заняття	Мета заняття
1	3	4
2	<b>1. Сутність та принципи цифрової економіки. Інструменти цифрової економіки</b> 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	<b>3. Соціальні медіа у суспільних комунікаціях</b> 1. Огляд основних соціальних мереж. 5. Контент стратегія. 6. Контент план. 7. 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.