

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		бакалавр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		6	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	5	150	24	-	36	-	90	

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Маркетинг. 2. Застосування інформаційно-комунікаційних засобів. 3. Поведінка споживачів. 4. Електронний бізнес 5. Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика / Прогнозування попиту та кон'юнктура ринку.
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Міжнародний маркетинг. 2. Стратегічний маркетинг. 3. Маркетинг інновацій в галузі телекомунікацій 4. Маркетинговий супровід проектів телекомунікаційних підприємств.
<b>Мета курсу:</b>	надання студентам необхідних теоретичних знань з основ Інтернет-маркетингу, що сприяє формуванню інноваційного маркетингового мислення, напрацюванню практичних навичок управління маркетинговою діяльністю фірми в Інтернет.

#### Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p>ЗК 5. Проактивне бачення: здатність моделювати розвиток подій і обирати бажаний; ідентифікувати ключові фактори тієї або іншої ситуації, визначати як вони взаємодіють і які з них вимагають найбільшої уваги</p> <p>ЗК 8. Навички інформаційно-комунікаційних технологій: здатність до використання сучасного програмного забезпечення для обробки, аналізу, представлення інформації, прийняття обґрунтованих фахових рішень; використання інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних електронних пристроїв і гаджетів.</p> <p>ЗК 9. Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організації до вимог зовнішнього середовища.</p>	<p>ППк2. Здатність до оцінки, аналізу та прогнозування соціально-економічних процесів і явищ на глобальному (мега-), макро-, мезо- і мікрорівнях.</p> <p>ППк3. Здатність до організації побудови і функціонування сучасних систем електронної комерції.</p> <p>ППк7. Здатність до використання Інтернет у маркетингу, з врахуванням особливостей віртуального середовища щодо маркетингових досліджень, товарів, ціноутворення, розподілу та комунікацій в Інтернеті.</p>

#### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – (ПРН))

ПРН 8. Здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; використовувати в маркетинговій діяльності інформаційно-комунікаційні технології та програмні продукти, необхідні для організації маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
--

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Тема 1. Специфіка інтернет–маркетингу. <b>Знати:</b> основні поняття, категорії і інструменти сучасного інтернет –	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

маркетингу. <b>Вміти:</b> проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту, специфіки теорії Інтернет-маркетингу, визначати місце заходів інтернет - маркетингу в просуванні товарів та послуг; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК9, ППЗ. <b>Результати навчання:</b> ПРН7. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4,7-10.	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
Тема2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі. <b>Знати:</b> базові технології та основні методи отримання первинної та вторинної інформації у мережі Інтернет; <b>Вміти:</b> визначати цільову аудиторію; проводити маркетингові дослідження з урахуванням специфіки діяльності підприємства; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ППЗ. <b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН8. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4,7-10.	<b>Лекція 2</b>	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	1	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 3</b>	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	2	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема3. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу підприємства. <b>Знати:</b> особливості стратегій просування продукції та послуг у мережі Інтернет; <b>Вміти:</b> визначати оптимальну стратегію просування продукції та послуг у мережі Інтернет; розробляти детальний план маркетингових заходів. <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК9, ПП1, ППЗ. <b>Результати навчання:</b> ПРН6, ПРН7, ПРН9. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,7-10.	<b>Лекція 4</b>	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	3	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 5</b>	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	3	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 6	4	Модульний контроль №1.
	Тема 1. Специфіка інтернет – маркетингу. Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі. Тема 3. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу підприємства.	Самостійна робота	
Тема 4. Товарна та цінова політика підприємства в Інтернеті <b>Знати:</b> особливості інтернет - маркетингу матеріальних товарів та	<b>Лекція 6</b>	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>інформаційних продуктів; специфіку ціноутворення в мережі Інтернет.</p> <p><b>Вміти:</b> формувати концепцію ціноутворення в Інтернеті; визначати бюджет рекламних заходів.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН6, ПРН7, ПРН8.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,5,7.</p>	Практичне заняття 7	4	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 7</b>	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	5	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
	Практичне заняття 9	6	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
<p>Тема 5. <b>Методи просування в мережі Інтернет</b></p> <p><b>Знати:</b> методологічні основи проведення рекламної кампанії в Інтернеті; – поняття спаму; особливості обману пошукових систем; накрутки цитованості та відвідуваності; вікна, що впливають; «Чорний» PR та Тайпсквоттинг;</p> <p><b>Вміти:</b> розробляти та обґрунтовувати рекламну кампанію підприємства, налаштовувати системи контекстної та поведінкової реклами Google.AdWords, проводити оцінку ефективності інтернет – реклами, визначати неетичні методи просування в мережі інтернет та ситуації доцільності впровадження цих методів;</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН8, ПРН9, ПРН11.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4,10.</p>	<b>Лекція 8</b>	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	6	Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 11	7	Усне опитування, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 12	7	Усне опитування, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
<p>Тема 6. <b>Використання соціальних мереж в маркетингу.</b></p> <p><b>Знати:</b> основні інструменти SMO та SMM для просування продукції; складові плану маркетингу в соціальних мережах;</p> <p><b>Вміти:</b> налаштувати маркетингову діяльність підприємства у соціальних мережах; відкривати спільноти та організувати просування продукції через ці соціальні мережі, налаштувати пошукову оптимізацію сайтів підприємств.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН10, ПРН11.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,4,10.</p>	<b>Лекція 9</b>	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	8	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
	<b>Лекція 10</b>	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	8	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
	Практичне заняття 15	9	Усне опитування, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
<p>Тема 7. <b>Оцінка ефективності інтернет-маркетингу.</b></p> <p><b>Знати:</b> поняття ефективності заходів інтернет-маркетингу; поняття та основні розділи аналітичного звіту оцінки ефективності рекламних кампаній в мережі Інтернет;</p> <p><b>Вміти:</b> проводити розрахунки економічної ефективності реклами інтернет – маркетингу.</p>	<b>Лекція 11</b>	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	9	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.

<b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1., ПП3. <b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН9, ПРН 11. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 4, 10.	<b>Лекція 12</b>	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17	10	Усне опитування, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 18	10	Модульний контроль №2.
<b>Тема 4. Товарна та цінова політика підприємства в Інтернеті.</b> <b>Тема 5. Методи просування в мережі Інтернет.</b> <b>Тема 6. Використання соціальних мереж в маркетингу.</b> <b>Тема 7. Оцінка ефективності інтернет-маркетингу.</b>	Самостійна робота		1. Торговельна марка в Інтернеті 2. Специфіка ціноутворення в Інтернеті 3. Визначення бюджету інтернет-реклами 4. Класифікація і типові інструменти комунікаційних кампаній в Інтернеті 5. Інструменти розробки та проведення рекламних компаній 6. Комплексний метод оцінки ефективності інтернет-реклами. 7. неетичні методи просування в мережі інтернет 8. План маркетингу в соціальних мережах 9. Порівняльна характеристика соціальних мереж 10. Оцінка комунікативної ефективності реклами інтернет-маркетингу. 11. Оцінка економічної ефективності реклами інтернет-маркетингу. 12. Аналітичний звіт як елемент оцінки рекламних кампаній в мережі Інтернет. 13. Особливості оцінки ефективності контекстної реклами і пошукової оптимізації.

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: GoogleDocs, Googleanalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; NohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://dl.dut.edu.ua>

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 292 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477>
2. Актуальний інтернет-маркетинг. А.Воронюк. А. Полищук — К. : «Агентство «ІРІО», 2018. — 160 с. : [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1250\\_17559491.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1250_17559491.pdf)
3. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1660\\_62195029.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1660_62195029.pdf)
4. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с.- <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/467>
5. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1231>
6. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с.- <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>

7. Фецишин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с. -<http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1659>  
 8. Журнал "Marketing Media Review" Сайт - <http://mmr.net.ua/>  
 9. Журнал "Новый маркетинг" Сайт - <http://marketing.web-standart.net/>  
 10. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

### КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<b>Робота на лекціях, у т.ч.:</b>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1 бал
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
	<b>Робота на практичних заняттях, у т.ч.:</b>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)	за кожну презентацію максимум 10 балів
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали	
• участь у діловій грі	за кожну участь 3 бали	
<b>РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)</b>	Модульний контроль № 1 «Специфіка інтернет – маркетингу»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 25 балів
	Модульний контроль № 2 «Методи просування в мережі Інтернет»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 25 балів
<b>Додаткова оцінка</b>	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ екзамен</b>	Метою екзамену є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Екзамен проходить у письмовій формі.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>
		<b>Оцінка /затис в екзаменаційній відомості</b>

90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) <i>В залікову книжку не проставляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не проставляється</i>