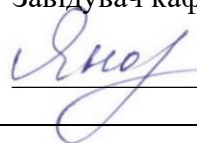





**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**  
**ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА**  
**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Інтернет-маркетинг**  
**Internet-marketing**

Затверджено:  
Протокол засідання кафедри економіки,  
маркетингу та бізнес-адміністрування  
№ 1 від 26 серпня 2024 р.  
Завідувач кафедри ЕМБА

 В.П. Яновська

Викладач	Накалюжна Аліна Олегівна PhD з економіки, старший викладач кафедри	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	<a href="#">Накалюжна Аліна Олегівна - ДУІТ</a>	
E-mail	alina27073101@ukr.net	
Факультет, Кафедра	Факультет Управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 телефон: +38 095 837 60 12	
Консультації	Понеділок та четвер з 12:00 до 14:00 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за <a href="#">ZOOM посилання</a>	
Офіційна назва освітньої програми	«Логістика» / «Logistics»	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) / first (bachelor's)	

Галузь знань, спеціальність	07 «Управління та адміністрування» / 07 «Management and administration»  073 «Менеджмент» / 073 «Management»
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки, вибіркова
Курс/ Семестр викладання	3/5
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS /  120 загальна кількість годин
Види та кількість аудиторних занять	Лекції – 20 годин/ 8 годин  Практичні заняття – 24 години/ 8 години
Локація та матеріально- технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом.  Мультимедійний проєктор, мережа Інтернет.
Мова викладання	Українська / Англійська
Мета вивчення дисципліни	<b>Метою</b> викладання навчальної дисципліни «Інтернет-маркетинг» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції інтернет-маркетингу, адекватного сучасному стану розвитку ринку електронної комерції, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямів національної економіки, виявлення існуючих потреб споживачів послуг, їх задоволення, а також забезпечення виконання місій підприємства на ринку в форматі електронної комерції.
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в адміністративній діяльності, які спрямовані на суспільний розвиток і передбачають застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.
Загальні компетентності	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.  ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.  ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
Спеціальні (фахові) компетентності	ФК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.  ФК4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

	<p>ФК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.</p> <p>ФК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.</p> <p>ФК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p> <p>ФК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p>
Програмні результати навчання	<p>ПРН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.</p> <p>ПРН5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.</p> <p>ПРН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>ПРН12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.</p>

## ЧОМУ ВАЖЛИВИЙ КУРС

**Основними завданнями** вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції інтернет-маркетингу, адекватного сучасному стану розвитку ринку електронної комерції, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямів національної економіки, виявлення існуючих потреб споживачів послуг, їх задоволення, а також забезпечення виконання місій підприємства на ринку в форматі електронної комерції. Під час вивчення курсу студенти зможуть вивчити:

- цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- вимоги, які висуваються до сучасного маркетолога задля підвищення рівня особистої професійної підготовки;
- інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів в сфері Інтернет-маркетингу.

Студенти зможуть:

- - виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- - вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері Інтернет-маркетингу, що передбачають застосування відповідних теорій та методів;
- - демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами та у невизначених умовах.

## **CONTENT OF THE DISCIPLINE BY TOPICS**

### **Content Module 1: “Fundamentals of Digital Business in the Field of E-Commerce.”**

#### **Topic 1. Digital Literacy and Digital Competencies.**

The essence of digital literacy. Information literacy. Digital communication and collaboration. Digital content creation. Digital data security. Creative use of digital technologies. Marketing understanding of the product.

#### **Topic 2. Online business presence.**

Definition and meaning of online business. Internet business versus classic business. Tools of classic and online business. Distinctive features between online and offline business. Advantages of business presence on the Internet and modern challenges for companies.

#### **Topic 3. Fundamentals of cybersecurity in business.**

The essence of cybersecurity and cyberattacks. Training of company personnel in cybersecurity. Potential threats. Safe use of corporate email and social networks. Malicious programs. Fake news and their classification by purpose. Measures of protection against false news.

#### **Topic 4. Digitalization of partnership relations.**

Affiliate marketing. Types of relationships between the seller and the partner. The degree of integration between the seller and the partner. Forms of payment for affiliates. Forms of management of affiliate programs. Risk of fraud in affiliate networks.

### **Content module 2: "Personalization in digital business. The essence and methods of organizing e-commerce."**

#### **TOPIC 5. The essence and role of search engines in business.**

Search engines. Paid search engine marketing (SEA). Search engine optimization marketing (SEO). How paid advertising works in search engines. Tasks of companies in a paid search engine. Keyword selection. Creating advertising. Designing advertising in search engines for different devices. Advertising targeting. Links to the landing page. Areas of application of paid ads in search engines.

#### **TOPIC 6. Personalization in online business.**

The essence of personalization. Functionality and types of personalization. Increasing the effectiveness of advertising through personalized advertising. Contextual marketing. Geographic marketing. Behavioral targeting and its impact on consumers. Basic functionality of behavioral targeting. Socio-demographic and predictive targeting. Strategies for increasing the relevance of personalization measures.

#### **TOPIC 7. Application of E-mail marketing in business.**

E-mail newsletters as a tool for increasing sales and attracting consumers. Transactional, trigger and post-sales newsletters. Segmentation of recipients by target groups. Design of letters and content, personalization. Privacy policy and anti-spam measures. Frequency of sending letters. Data measured using e-mail. E-mail automation.

## TOPIC 8. Organization of e-commerce. Measuring the effectiveness of a business presence on the Internet.

Marketing analytics and its structure. Methods of organizing e-commerce. Web control strategy. Marketing analytics as a process similar to market research. Key performance indicators. Target variables of Internet business. Data evaluation. Mathematical and statistical knowledge in data analysis. Data collection and management. Tracking consumer behavior using GPS, Wi-Fi and radio beacons.

**Практичні заняття** курсу передбачають проведення практичних занять, виступи та презентації з тематики дисципліни.

### ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 100 балів	
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ		
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі.		
Підсумкові бали = навчальної дисципліни	Загальна кількість балів (перед підсумковим контролем)	+ Кількість балів за підсумковим контролем

#### Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 10 балів.

#### Практичні заняття:

Оцінюються за виконанням аналітичних досліджень, розрахункових та інших завдань та активністю здобувачів вищої освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 12 балів за практичну роботу в цілому, 6 балів за практичне заняття). Максимальна сума становить 70 балів.

#### Самостійна робота

Написання та захист на практичному занятті реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються до 10 балів.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.

82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

## ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспект лекцій.
4. Посилання на Google Classroom «Інтернет-маркетинг».
5. [Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ.](#)

## Список рекомендованої літератури

1. Н.Р. Кордзя. Основи інтернет-маркетингу: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 184 с., <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3780>
2. Л.О.Іванова, Б. Б.Семак, О. М. Вовчанська. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2018. 508 с.
3. М.А. Окландер, М.В. Кірнсова. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ: «Видавництво «Центр учбової літератури». 2014. 208 с.
4. І.В. Бойчук, О.М. Музика. Інтернет-в маркетингу: підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2012. 512с.
5. Л.В. Ткаченко. Маркетинг послуг: Підручник. Київ: Центр навчальної літератури. 2003. 192 с.

### **Інформаційні ресурси:**

1. BCG Digital ventures  
URL: <https://www.bcgdv.com/>
2. The New York Times  
URL: <https://www.nytimes.com/>
3. Marketing charts  
URL: <https://www.marketingcharts.com/>
4. Кабінет міністрів України  
URL: <http://www.kmu.gov.ua>
5. Верховна Рада України  
URL: <http://www.rada.gov.ua>
6. Національний банк України  
URL: <http://www.bank.gov.ua>
7. Державний комітет статистики  
URL: <http://www.ukr.stat.gov.ua>
8. Національний банк України  
URL: <http://www.bank.gov.ua>
9. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського  
URL: <http://www.nbuv.gov.ua>

### **Додаткова інформація**

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни

### **Щодо академічної доброчесності**

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)  
[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних,](#)

[науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#).  
У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

### **Щодо відвідування**

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

### **Неформальна освіта**

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».