



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

Затверджено:

Протокол засідання кафедри економіки,
маркетингу та бізнес-адміністрування
№ 1 від 29 серпня 2022 р.

Завідувач кафедри ЕМБА

В.П. Яновська

Викладач	Накалюжна Аліна Олегівна Старший викладач	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	Накалюжна Аліна Олегівна - ДУІТ	
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: +38095-837-60-12	
Консультації	Кожен понеділок та четвер з 12 до 14 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за ZOOM посилання	
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	

Галузь знань, спеціальність	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова
Курс/ Семестр викладання	3/6
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин
Види та кількість аудиторних занять	Лекції – 20 годин/ 8 годин Практичні заняття – 24 години/ 4 години
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проєктор, мережа Інтернет.
Мова викладання	Українська
Мета вивчення дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни «Інтернет-маркетинг» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції 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	ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо

	<p>підвищення їх ефективності.</p> <p>СК15. Здатність оцінити параметри зовнішнього середовища в умовах недостатнього інформаційного забезпечення.</p>
Програмні результати навчання	<p>РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>РН19. Використовувати методи оцінки параметрів маркетингового макросередовища.</p>

ЧОМУ ВАЖЛИВИЙ КУРС

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції 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.
-

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1 «Основи цифрового бізнесу у сфері електронної комерції».

Тема 1. Цифрова грамотність та цифрові компетенції.

Сутність цифрової грамотності. Інформаційна грамотність. Цифрове спілкування та співпраця. Створення цифрового вмісту. Безпека цифрових даних. Творче використання цифрових технологій. Маркетингове розуміння товару.

Тема 2. Присутність бізнесу онлайн.

Визначення та значення онлайн бізнесу. Інтернет-бізнес проти класичного бізнесу. Інструменти класичного та онлайн бізнесу. Відмінні особливості між онлайн та офлайнбізнесом. Переваги присутності бізнесу в Інтернеті та сучасні виклики для компаній.

Тема 3. Основи кібербезпеки в бізнесі.

Сутність кібербезпеки та кібератаки. Навчання персоналу компанії кібербезпеці. Потенційні загрози. Безпечне використання корпоративної електронної пошти та соціальних мереж. Шкідливі програми. Фейкові новини та їх класифікація за призначенням. Міри захисту від неправдивих новин.

Тема 4. Цифровізація партнерських відносин.

Аффіліатний маркетинг. Типи відносин між продавцем і партнером. Ступінь інтеграції між продавцем і партнером. Форми оплати для аффіліатів. Форми управління партнерськими програмами. Ризик зловмисництва в партнерських мережах.

Змістовий модуль 2 «Персоналізація в цифровому бізнесі. Сутність і способи організації електронної торгівлі».

ТЕМА 5. Сутність та роль пошукових систем в бізнесі.

Пошукові системи. Платний маркетинг пошукових систем (SEA). Маркетинг оптимізованої пошукової системи (SEO). Як працює платна реклама в пошукових системах. Задачі компаній в платній пошуковій системі. Підбір ключових слів. Створення реклами. Дизайн реклама в пошукових системах для різних пристроїв. Таргетинг реклами. Посилання на цільову сторінку. Сфери застосування платних оголошень в пошукових системах.

ТЕМА 6. Персоналізація в онлайн-бізнесі.

Сутність персоналізації. Функціональність та види персоналізації. Підвищення ефективності реклами за рахунок персоналізованої реклами. Контекстний маркетинг. Географічний маркетинг. Поведінський таргетинг та його вплив на споживачів. Базовий функціонал поведінського таргетингу. Соціально-демографічний та прогнозуючий таргетинг. Стратегії підвищення актуальності заходів персоналізації.

ТЕМА 7. Застосування E-mail маркетингу в бізнесі.

E-mail розсилки як інструмент збільшення обсягу продажів та залучення споживачів. Транзакційні, тригерні та післяпродажні розсилки. Сегментація отримувачів за цільовими групами. Дизайн листів і контенту, персоналізація. Політика конфіденційності та міри проти спаму. Частота відправки листів. Дані, які вимірюються з використанням електронної пошти. Автоматизація електронної пошти.

ТЕМА 8. Організація електронної торгівлі. Вимір ефективності присутності бізнесу в Інтернеті.

Маркетингова аналітика та її структура. Способи організації електронної торгівлі. Стратегія Web-контролю. Маркетингова аналітика як процес аналогічний дослідженню ринку. Ключові показники ефективності. Цільові змінні Інтернет-бізнесу. Оцінка даних. Математичні та статистичні знання в аналізі даних. Збір та управління даними. Відстеження поведінки споживачів за допомогою GPS, Wi-Fi та радіо- маяків.

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

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 80 балів
	Підсумковий контроль – (іспит) – 20 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (іспит).	
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 бали за практичне заняття). Максимальна сума становить 60 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. Основи інтернет-маркетингу: навчальний посібник / Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді-плюс, 2018. – 184 с., <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3780>
2. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л.О.Іванова, Б. Б.Семак, О. М. Вовчанська. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
3. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник / М.А. Окландер, М.В. Кірносова. – Київ: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.
4. Інтернет-в маркетингу: підручник / І.В. Бойчук, О.М. Музика. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 512с.
5. Маркетинг послуг: Підручник / Л.В. Ткаченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.
6. Інформаційні ресурси: BCG Digital ventures <https://www.bcgdv.com/>, The New York Times <https://www.nytimes.com/>, Marketing charts, <https://www.marketingcharts.com/>, Кабінет міністрів України – www.kmu.gov.ua, Верховна Рада України – www.rada.gov.ua, Національний банк України – www.bank.gov.ua, Державний комітет статистики – www.ukr.stat.gov.ua, Національний банк України – www.bank.gov.ua, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського – <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](#)».