

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Інтернет-маркетинг»**

(факультетська вибіркова навчальна дисципліна)

Розробник:
Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри
маркетингу, д.е.н., професор



Полтава
2022 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	«Інтернет-маркетинг»
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус № 4) e-mail: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua тел. (0532) 56-98-24 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	Факультетська вибіркова навчальна дисципліна для здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету

Заплановані результати навчання:

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: ознайомлення майбутніх фахівців із теоретичними основами Інтернет-маркетингу і сформувати практичні навички в організації та функціонуванні маркетингової діяльності підприємства в Internet.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення теоретичних та методологічних основ Інтернет-маркетингу, щодо маркетингових досліджень у віртуальному просторі, цінової політики, системи просування, особливо реклами, нові напрямки використання маркетингу за допомогою Інтернет у різноманітних сферах життя суспільства.

Компетентності:

загальні:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

спеціальні (фахові):

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Програмні результати навчання:

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.

Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.

Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.

Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.

Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.

Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.

Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.

Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 год

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю залік

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.	16	2	4	10
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.	18	2	2	14
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	14	2	2	10
Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.	14	2	2	10
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	14	2	2	10
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	14	2	4	8
Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	14	2	4	8
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	16	2	4	10
Усього годин	120	16	24	80

Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
- виконання практичного завдання	від 0 до 3: 2,0-3,0 балів: відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою; 1,1-2,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-1,0 бали – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
- розв'язування тестів	від 0 до 2: по 0,2 за кожен вірний тест. тести на практичному занятті розраховані на індивідуальне виконання.
- підготовка презентації	від 0 до 10: протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 презентацію (всього за курс – 2 презентації). 9-10 балів – зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. 7-8 балів – наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. 0-6 бали – наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
- розробка кросворду	від 0 до 10: (по 1 балу за кожен правильну відповідь); «Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 кросворд на 10 слів (всього за курс – 2 кросворди) відповідно до завдань

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
	самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

Форма проведення семестрового контролю згідно з робочим та навчальним планом – залік.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи		
			Презентація	Розробка кросворду	
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.	4	2			6
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.	4	2		10	16
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	4	2			6
Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.	4	2			6
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	4	2	10		16
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	4	2			6
Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	8	4	10	10	22
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	8	4			22
Разом	40	20	20	20	100

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. Центр учбової літератури, 2011. 332 с.

2. Рабей Н Р. Актуальність дослідження тенденцій розвитку інструментів інтернету в маркетинговій діяльності підприємства. Wiadomości o postępie naukowym i rzeczywistych badaniach naukowych współczesności: збірник наукових праць з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Краків, 17 червня 2019 р. Краків, 2019. Т. С. 26-28. URL: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736>.

3. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.

Допоміжні

1. Висоцької В. А. Методи просування сайту в пошукових системах та соціальних мережах : методичні вказівки до лабораторної роботи № 8. за заг. ред.. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2017. 16 с.

2. Рабей Н Р. Сутність вірусного маркетингу як одного із популярних інструментів інтернет-маркетингу сьогодення. *Development of modern technologies and scientific potential of the world*: збірник наукових праць з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Лондон,

29 липня 2019 р. Лондон, 2019. Т. 1. С. 62-65. URL: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3492188>.

3. Топ-10 трендів інтернет-маркетингу в 2019 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-trendov-internet-marketinga/>

Інформаційні ресурси

1. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>

2. Законодавство України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/>