



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інтернет-маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Магістр

Розробник:

Герасимчук Наталія –
професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор

Гарант ОПП:

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



Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва дисципліни	навчальної	Інтернет- маркетинг Обов'язкова дисципліна професійної підготовки
Назва підрозділу	структурного	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання		Викладач: Герасимчук Наталія , д.е.н., професор Контакти: ауд. 462, навчальний корпус №4 e-mail: marketing@pdaa.edu.ua, тел.: (0532)569824, сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/gerasimchuk-nataliya-andriyivna
Рівень вищої освіти		Другий (магістерський) рівень
Спеціальність		075 Маркетинг
Попередні умови для вивчення дисципліни	умови для навчальної	Базові знання з реклами та маркетингу: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню – стратегічний маркетинг, інноваційний розвиток підприємств

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: ознайомлення майбутніх фахівців із теоретичними основами Інтернет-маркетингу і сформуванню практичних навичок 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 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

спеціальні (фахові):

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетентності з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

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 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю залік

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність: Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перескладання: Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату ННІ.

3. Система оцінювання:

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання лабораторних завдань	Розв'язування тестів	Реферат	Виконання завдань самостійної письмової роботи	
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу	4	3		4	11
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі	4	3		4	11
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	4	3	12	4	23
Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень	4	3		4	11
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	4	3		4	11
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при	4	3		4	11

вирішенні задач маркетингу.					
Тема 7.Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	4	3		4	11
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	4	3		4	11
Всього	32	24	12	32	100

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 самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

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/ | | | |