

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

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

(обов'язкова навчальна дисципліна)

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

Полтава 2022 р.

### Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>Інтернет-маркетинг</b>
<b>Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти</b>	обов'язкова навчальна дисципліна
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	<i>Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор</i> <i>Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус № 4)</i> e-mail: iuliia.kaliuzhna@pdaa.edu.ua тел.: 0664420433 сторінка викладача: <a href="https://www.pdau.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych">https://www.pdau.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність</b> <b>Освітня програма</b>	075 «Маркетинг» ОПП <i>Маркетинг</i>
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з маркетингу: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню «Інноваційний розвиток підприємств»

#### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** надання майбутнім спеціалістам з менеджменту всіх фахових спрямувань ґрунтовних знань з оволодіння, завдань та функцій маркетингу, розгляд проблем реалізації його основних політик – товарної, цінової, розподілу та стимулювання.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності агропромислового підприємства.

#### ***Компетентності:***

*загальні:*

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

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

*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 здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу

ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетенції 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 та структура навчальної дисципліни**  
**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назва теми	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	л.з.	с.р.
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу	14	2	2	7
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі	16	2	2	7
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	16	2	2	7
Тема 4. Техлогічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень	19	2	2	7
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	20	2	2	7
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	20	2	2	7
Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	16	2	2	7
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	14	-	2	11
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>60</b>

**Форми контролю результатів навчання**

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти			Разом
	Виконання практичного завдання	Опитування	Виконання завдань з самостійної письмової роботи	
ПРН 6	10	6	9	25
ПРН 9	10	6	9	25
ПРН 15	10	6	9	25
ПРН 18	10	6	9	25
<b>Всього</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти			Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної письмової роботи	
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу	5	3	4,5	12,5
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі	5	3	4,5	12,5
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	5	3	4,5	12,5
Тема 4. Техлогічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень	5	3	4,5	12,5
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	5	3	4,5	12,5
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	5	3	4,5	12,5
Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	5	3	4,5	12,5
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	5	3	4,5	12,5
<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

### **Трудоємність:**

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3,0

Форма семестрового контролю – залік

### **Політика навчальної дисципліни**

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм.

Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>. Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями.

### **Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Відеоролики

### **Рекомендовані джерела інформації**

#### **Основні**

1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу: підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учбової літератури, 2010. 508 с.
2. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навч. Посібник. Центр учбової літератури, 2011. 332 с.
3. 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 «АОГОΣ» з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Краків, 17 червня 2019 р. Краків, 2019. Т. С. 26-28. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736>.
4. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2. навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.

#### **Додаткові**

5. 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.
6. 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 «АОГОΣ» з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Лондон, 29 липня 2019 р. Лондон, 2019. Т. 1. С. 62-65. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3492188>.
7. Топ-10 трендів інтернет-маркетингу в 2019 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-trendov-internet-marketinga/> (дата звернення: 10.08.2019).