

Силабус курсу ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ



Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітньо-професійна програма «Підприємництво та торгівля»

Рік навчання: III, Семестр: 5

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівники курсу

Борисова Тетяна Михайлівна

д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу ЗУНУ

Сертифікати:

- «Web marketing» в ІТ-академії «Logos» (Львів);
- «SEO-specialist» в ІТ-компанії «Wise solutions» (Тернопіль);
- «Women in IT» в ГО «IT-cluster» (Тернопіль);
- «Digital Marketing» в Digital Marketing Institute (Ірландія, філія у м.Київ);

Викладач курсів з Інтернет-маркетингу ЗУНУ;

Консультант з питань маркетингу у громадській організації «Відродження

нації»;

Аналітик Всеукраїнської коаліції громадських організацій з протидії торгівлі

людьми.



Контактна інформація

borisova.tanushka@gmail.com, +380961560900

Кафедра маркетингу в Інстаграм: <https://www.instagram.com/marketing.zunu/>

Кафедра маркетингу в Фейсбук: <https://www.facebook.com/marketing.tneu.edu.ua>

YouTube канал: Кафедра Маркетингу ЗУНУ [goo.gl/91Wj4y](https://www.youtube.com/channel/UCg0o-gl91Wj4y)

Веб-сайт: www.marketing.wunu.edu.ua

Опис дисципліни

Дисципліна «Інтернет-маркетинг» спрямована на формування системи теоретичних і практичних знань у галузі електронної комерції. Курс спрямований на опанування студентами теоретичних і прикладних підходів до оптимізації веб-сайтів під ключові запити у пошуковій системі Google, просування у соціальних мережах, аналізу конкурентів в Інтернет, налаштування контекстної реклами та розсилок у email-маркетингу, основ електронної комерції та підприємництва онлайн. Курс орієнтований на відпрацювання практичних навичок із використання цифрових технологій у підприємстві та торгівлі. Навички, отримані під час вивчення дисципліни, дозволяють оптимізувати веб-сайт під пошукові системи, налаштувати розсилку електронних листів, скласти контент-план для соціальних мереж, розробити стратегію просування продукту або бренду у цифровому середовищі, сформувати цифрове ком'юніті, налаштувати контекстну рекламу, здійснювати торгівлю онлайн.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1.СУТНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	Ознайомитися із загальною характеристикою Інтернет-маркетингу як економічного явища. Знати підходи до визначення сутності Інтернет-маркетингу та його складових. Вміти охарактеризувати інструменти Інтернет-маркетингу в розрізі основних класифікаційних ознак. Вивчити KPI Інтернет-маркетингу підприємств.	Тести Опитування Розв'язуван ня задач
4/4	2.SEO - ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ. ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ	Знати сучасні трактування економічної категорії «пошуковий маркетинг». Ознайомитися із видами та вміти проаналізувати основні фактори ранжування. Знати специфіку SEO на ринку товарів та послуг. Освоїти способи внутрішньої оптимізації веб-сайтів.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу бізнесу
4/4	3. SEO - ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ. ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ	Ознайомитися із загальною характеристикою зовнішньої оптимізації веб-сайтів як важливого інструменту SEO. Вивчити підходи до нарощення авторитету веб-сайтів. Навчитись охарактеризувати посилання на веб-сайти в розрізі основних класифікаційних ознак. Знати вимоги до донорів посилань.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу бізнесу
4/4	4. ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ	Ознайомитися із загальною характеристикою електронної торгівлі, її основними поняттями. Виробити навички торгівлі через Інтернет-магазин. Ознайомитися із обмеженнями стосовно Інтернет-торгівлі в законодавстві України.	Тести Опитування Розв'язуван ня задач. Презентація першої половини наскрізного завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу фірми.
4/4	5. КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА	Ознайомитися із загальною характеристикою та значенням контекстної реклами. Знати переваги контекстної реклами. Вивчити види контекстної реклами та сервіс для її налаштування. Засвоїти методику налаштування контекстної реклами. Виробити здатність оцінювати ефективність контекстної реклами на основі KPI.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу бізнесу

4/4	6. EMAIL-МАРКЕТИНГ	Ознайомитися із загальною характеристикою сутності та основними цілями email-маркетингу. Знати правила email-маркетингу як не потрапити в спам. Вміти охарактеризувати етапність планування та реалізації email-маркетингу. Вміти скласти план email-маркетингу. Засвоїти методику оцінювання ефективності email-маркетингу на основі KPI.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу
4/4	7. МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	Ознайомитися із загальною характеристикою поняття соціальних мереж. Вивчити ключові переваги та недоліки маркетингу в соціальних мережах. Знати і вміти розрізняти види соціальних мереж та їхню специфіку. Опанувати основні інструменти просування в соціальних мережах. Вміти відрізняти сірі і білі інструменти SMM.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу
4/4	8. СТРАТЕГІЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	Ознайомитися із загальною характеристикою сутності та рівнями стратегії Інтернет-маркетингу. Виробити навички формування стратегії Інтернет-маркетингу. Знати переваги Інтернет-маркетингу. Вміти оцінювати ефективність заходів із Інтернет-маркетингу. Ознайомитись із типами стратегій Інтернет-маркетингу. Знати складові маркетинг-стратегії в Інтернет. Опанувати основні сервіси для побудови стратегії Інтернет-маркетингу та веб-аналітики. Знати переваги Google Analytics. Вміти аналізувати трафік на сайт у розрізі типів. Опанувати способи збільшення трафіку на сайт.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу

Літературні джерела

1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 260 с.
2. Борисова Т.М. Словник понять і термінів з Інтернет-маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 117 с.
3. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сінігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
4. Borysova, T., Monastyrskiy, G., Borysiak, O., & Protsyshyn, Yu. (2021). Priorities of Marketing, Competitiveness, and Innovative Development of Transport Service Providers under Sustainable Urban Development. *Marketing and Management of Innovations*, 3, P. 78-89. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-07>
5. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskiy G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v4i35.222527>
6. Borysova, T., Monastyrskiy G., Khrupovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2022. P.306-315. URL: <https://doi.org/10.55643/FCATP.2.43.2022.3614> <https://publons.com/p/52935278/>
7. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. / Олег Кузик. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 337 с.
8. Ларіна Я. С. , Рябчик А.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 282 с.
9. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Попової ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. - Харків : Факт, 2020. 314 с.
10. Google Analytics Usage Statistics. URL: <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics> (дата звернення: 29.05.2023)
11. Діджитал-маркетинг штучного інтелекту: тренди на 2022 рік. URL: <https://cases.media/article/didzhital-marketing-shtuchnogo-intelektu-trendi-na-2022-rik?fbclid=IwAR3M4WTt5H2EQthDGOMavu33wZVuaolyHJK0IfiloeTuht7MmpcH8V6EpbU>. (дата звернення: 10.02.2022)

12. Єдине, що поки що не навчився автоматизувати штучний інтелект – це людська креативність. URL: <https://cases.media/article/oleksandr-akimenko-yes-and-design-yedine-sho-poki-sho-ne-navchivsy-a-avtomatizuvati-shtuchnii-intelekt-ce-lyudska-kreativnist>. (дата звернення: 10.02.2022)
13. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
14. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023- XII, редакція від 25.07.2021 (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).
15. Керол Г. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. К.: ArtHuss. 2021. 128 с.
16. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757> (дата звернення: 29.05.2023)
17. Процишин Ю., Борисова Т. Дослідження векторів використання Інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. *Вісник ХНУ*. 2020, №2. С. 130-135. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2\(280\).pdf#page=130](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130). (дата звернення: 29.05.2023)
18. Хрупович С.Є., Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

модуль 1		модуль 2		модуль 3	модуль 4	модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-8 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-4. У позааудиторний час.	Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 9-15 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 5-8. У позааудиторний час.	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу.	Оцінюється за результатом тестування на платформі Genesis «Маркетинг ІТ-продуктів»	10 тестів по 3 бали; теоретичне питання 30 балів; ситуаційне завдання 30 балів; задача 10 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом