



Силабус курсу Технології інтернет продажу

Ступінь вищої освіти-бакалавр
Галузь знань 12 “Інформаційні технології”
Спеціальність 122 «Комп’ютерні науки»
Освітньо-професійна програма: «Штучний інтелект»

Рік навчання: IV, Семестр: VIII
Кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППІ к.е.н., доцент **Процишин Юлія Тарасівна**
Контактна інформація melenchykuliia@gmail.com, +380673494188

Опис дисципліни

Дисципліна «Технології Інтернет продажу» спрямована на формування у студентів теоретичних та практичних основ Інтернет продаж за допомогою E-mail-маркетингу, створення ефективних електронних розсилок, які є одним із найкращих інструментів повторних і додаткових продажів. Допоможе у написанні якісних оголошень з дотриманням етикету e-mail-розсилок, ознайомитися з способами залучення аудиторії, підвищення лояльності до бренду і продукту.

Структура курсу

| Години (лек./пр.) | Тема | Результати навчання | Завдання |
|----------------------|--|--|---------------------------|
| 2/2 | Інтернет продажі, поняття E-mail маркетингу. | Зрозуміти сутність та поняття E-mail маркетингу, його користь та використання у бізнесі, місце E-mail маркетингу в Інтернет продажах. | Питання, тести |
| 3/3 | Життєвий цикл E-mail маркетингу. | Ознайомитися з усім хитрощами E-mail маркетингу, що використовуються. Знати покроковий план розсилок. Вміти використовувати в листі елементи, що стимулюють інтерактивність, листи з продовженням. | Практичні завдання, тести |

| | | | |
|-----|---|--|---------------------------|
| 3/3 | Базові та додаткові способи поповнення списку E-mail адресів. | Зрозуміти, що результат не в кількості а в якості списків підписників. Знати та вміти використовувати як он-лайн так і оф-лайн методи підписки. | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Сегментація клієнтської бази | Зрозуміти та визначити свою цільову аудиторію за допомогою сегментації, що дасть можливість бути корисним та цікавим для свого читача. | Практичні завдання, тести |
| 4/4 | Реалізація email - маркетингу | Засвоїти ідею «ланцюгової переписки» - бесіда, ознайомитися з видами листів. Знати ефективність періодичності та часу відправки листів. | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Що писати і як продавати в розсилці. | Навчитися писати ефективні тексти, щоб їх читали. Вивчити структуру шаблону: прехедер, «шапку», тіло листа, футер («підвал»). Знати різницю між заголовками та темою листа. | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Запуск та ведення регулярної та масової розсилки. | Засвоїти принципи запуску масової розсилки. Вміти підбирати контент, оформляти правильно листи, вчасно запускати розсилку. | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Низький рівень переглядів-причини невдалої розсилки. | Засвоїти як працювати з «сплячими» підписками та зрозуміти по яким причинам підписними перестають читати листи. Вміти перезагрузити слабку E-mail розсилку. | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Універсальний метод ведення автоматичної розсилки. | Засвоїти методи автоматичної розсилки. Вміти формувати welcome e-mail (вітальний лист). | Практичні завдання, тести |
| 2/2 | Систематичний підхід до аналітики E-mail маркетингу. | Ознайомитися з усіма підходами до аналітики та статистики використання E-mail маркетингу. | Питання |

Літературні джерела

Основна література

1. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с

2. Краус К. М. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
3. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика. К: Центр учбової літератури, 2021. 246 с.
4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
5. Картаджайя Х., Сетьяван А., Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технології для людства. КМ-БУКС, 2024. 280 с.
6. Чайковська М. П. Концептуально-методологічні засади управління маркетинговими ІТ-проектами в умовах цифрових трансформацій. Олді+, 2021. 370 с.

Додаткова література

7. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
8. Пильнова В. П., Гавриш О. М., Капелюшна Т. В., Лобань О. О. Інтернет-торгівля: особливості реалізації товару за допомогою інтернету. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. №1. С.122-129.
9. Маслов А. О. Інформаційно-знансва економіка : підруч. 2-ге вид., випр. і доповн. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 559 с.
10. Ігнатенко Р. В. Ecological trends of modern marketing activity. Economics. Finances. Law. 2022. No 2. P. 25–29.

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.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

| Модуль 1 | | Модуль 2 | | Модуль 3 | Модуль 4 |
|---|--------------------------------------|---|--------------------------------------|------------------------------|---|
| 20% | 20% | 20% | 20% | 5% | 15% |
| Поточне оцінювання | Модульний контроль 1 | Поточне оцінювання | Модульний контроль 2 | Тренінг | Самостійна робота |
| Середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять | Оцінка за письмову контрольну роботу | Середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять | Оцінка за письмову контрольну роботу | Оцінка за захист презентації | Середнє арифметичне оцінок, отриманих за виконання 3 завдань самостійної роботи |

Шкала оцінювання:

| За шкалою ЗУНУ | За національною шкалою | За шкалою ECTS |
|-----------------------|-------------------------------|---|
| 90-100 | відмінно | A (відмінно) |
| 85-89 | добре | B (дуже добре) |
| 75-84 | | C (добре) |
| 65-74 | задовільно | D (задовільно) |
| 60-64 | | E (достатньо) |
| 35-59 | незадовільно | FX (незадовільно з можливістю повторного складання) |
| 1-34 | | F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом) |