



## Силабус курсу Технології інтернет продажу

Ступінь вищої освіти-бакалавр  
Галузь знань 12 “Інформаційні технології”  
Спеціальність 124 «Системний аналіз»  
Освітньо-професійна програма: «Системний аналіз»

Рік навчання: 2, Семестр: 4  
Кредитів: 5 Мова викладання: українська

### Керівник курсу

ПП к.е.н., доцент **Процишин Юлія Тарасівна**  
Контактна інформація [melenchykulyia@gmail.com](mailto:melenchykulyia@gmail.com), +380673494188

### Опис дисципліни

Дисципліна «Технології Інтернет продажу» спрямована на формування у студентів теоретичних та практичних основ Інтернет продаж за допомогою Е-mail-маркетингу, створення ефективних електронних розсилок, які є одним із найкращих інструментів повторних і додаткових продажів. Допоможе у написанні якісних оголошень з дотриманням етикету е-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 Е-mail маркетингу.	Зрозуміти сутність та поняття Е-mail маркетингу, його користь та використання у бізнесі, місце Е-mail маркетингу в Інтернет продажах.	Питання, тести
3/3	Життєвий цикл Е-mail маркетингу.	Ознайомитися з усім хитрощами Е-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:**

<b>За шкалою ЗУНУ</b>	<b>За національною шкалою</b>	<b>За шкалою ECTS</b>
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)