

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра економічної кібернетики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК11. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Освітня програма Економічна кібернетика

Спеціалізація (за наявності)

Спеціальність 051 Економіка

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Затверджено на засіданні кафедри
економічної кібернетики
Протокол № 2 від “29” серпня 2023 р.

м. Івано-Франківськ - 2023 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Інтернет-маркетинг
Освітня програма	Економічна кібернетика
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	051 Економіка
Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Освітній рівень	Магістр
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс / семестр	2/1
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 30 год. Практичні заняття – 30 год. Самостійна робота – 120 год.
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/2a0f9d13eb5ad4952ae1

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу

Дисципліна «Інтернет-маркетинг» призначена для підготовки магістрів зі спеціальності «Економіка». Мета курсу полягає у формуванні системи теоретичних та практичних знань щодо основних напрямів розвитку Інтернет-маркетингу, механізмів підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі, засвоєння основних принципів формування інформаційної економіки та використання сучасного інформаційного інструментарію у маркетинговій діяльності підприємства. Мета досягається шляхом послідовного викладення теоретичного курсу з проведенням практичних занять.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: основні принципи та підходи до обґрунтування маркетингових рішень щодо впровадження Інтернет-технологій; критерії якості та ефективності обґрунтування маркетингових рішень за умов використання інструментарію Інтернет-маркетингу; технологію розроблення та прийняття оптимальних господарських рішень під час використання інструментарію Інтернетмаркетингу; сучасні методи здійснення маркетингових досліджень із використанням інформаційних технологій; теоретичні аспекти Інтернет-маркетингу; напрями регулювання та методи зниження підприємницьких ризиків за рахунок використання інструментарію Інтернетмаркетингу;

вміти: проводити ідентифікацію та аналіз ключових проблем на підприємстві; обґрунтовано визначати оптимальні форми подання та реалізації господарських рішень в умовах формування інформаційної економіки; проводити прогнозування та аналіз маркетингових рішень.

Компетентності

ІК. Здатність визначати та розв'язувати складні економічні задачі та проблеми, приймати відповідні аналітичні та управлінські рішення у сфері економіки або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов та вимог.

ЗК1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.

СК2. Здатність до професійної комунікації в сфері економіки іноземною мовою.

СК4. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження.

СК7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

СК11*. Здатність планувати і розробляти проєкти у сфері економіки, здійснювати її інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення.

Програмні результати навчання

РН1. Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем.

РН2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.

РН3. Вільно спілкуватися з професійних та наукових питань державною та іноземною мовами усно і письмово.

РН4. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

РН6. Оцінювати результати власної роботи, демонструвати лідерські навички та уміння управляти персоналом і працювати в команді.

РН10. Застосовувати сучасні інформаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення у соціально-економічних дослідженнях та в управлінні соціально-економічними системами.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Специфіка Інтернет- маркетингу.	Основні причини доцільності ведення бізнесу в Інтернеті. Найпоширеніші послуги в Інтернеті. Поняття і концепції Інтернет-маркетингу. Специфіка комплексу Інтернет-маркетингу.	Тести, питання, практичні завдання, кейси

2.	Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.	Принципи пошуку маркетингової інформації. Маркетингові дослідження у мережі Інтернет. Методика маркетингового аналізу WEB-сайтів.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
3.	Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в Інтернеті.	Основні тренди розвитку Інтернет-маркетингу. Цільова аудиторія і важливість її визначення. Класифікація аудиторії Інтернету.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
4.	Тема 4. Стратегічні рішення в Інтернет-маркетингу.	Принципи стратегічного планування в Інтернеті. Інтернет-стратегії підприємства.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
5.	Тема 5. Маркетингова товарна політика в Інтернеті.	Інтернет-маркетинг матеріальних та інформаційних товарів. Торговельна марка в Інтернеті.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
6.	Тема 6. Маркетингова цінова та збутова політика в Інтернеті.	Специфіка ціноутворення в Інтернеті. Класифікація віртуальних посередників.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
7.	Тема 7. Маркетингова комунікативна політика в Інтернеті.	Комплекс Інтернет-комунікацій. Інтернет-реклама. Специфічні форми комунікації в Інтернет-маркетингу: пошукова оптимізація і віртуальні співтовариства.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
8.	Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернеті.	Ефективність реклами в Інтернеті. Комплексний метод оцінки ефективних рішень у рекламній діяльності.	Тести, питання, практичні завдання, кейси
9.	Тема 9. Основи WEB-аналітики в системі Інтернет-маркетингу.	Сутність WEB-аналітики як інструменту Інтернет-маркетингу. Маркетинговий аналіз WEB-сайту компанії.	Тести, питання, практичні завдання, кейси

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекції	10
Практичні заняття	20
Самостійна робота	10
Індивідуальне завдання	10
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної Роботи	Навчальні тижні																	Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Лекції	1	1	1	1	1	1	2	2										10
Практичні заняття	2	3	2	3	2	3	2	3										20
Самостійна робота								10										10
Індивідуальні завдання								10										10
Екзамен													50					50
Всього за тиждень	3	4	3	4	3	4	4	25					50					100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, комп'ютери, Linux, Windows, Пакет прикладних програм Openoffice, MS Office, роздатковий матеріал
-----------------------------------	---

Література:

1. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг: опорний конспект лекцій. Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі. 2017. 42 с.
2. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2: навчальний посібник. Херсон: Олдіплюс, 2018. 164 с.
3. Лебеденко М.С., Лученко І.В. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_1/178-182.pdf.
4. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 332 с.
5. Лук'янець Т.І., Литвиненко Я.В. Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. К.: Знання 2010. 294 с.
6. Рабей Н.Р. Тренди сучасного інтернет-маркетингу як основа для формування інтернетстратегії підприємства. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. №17. С. 193-199. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>.

7. Романенко О.Н. Інтернет маркетинг. 2014.
8. Романенко О.О. Види маркетингових інтернет-стратегій. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. № 6 (16). С. 70-76. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n6.html>
9. Смолянчук О.В. Маркетингова складова соціальних мереж: світ та Україна. Економіка та держава. 2013. № 8. С. 112-117.
10. Смолянчук О.В. Соціальні мережі: значення для маркетингової діяльності. Економіка та держава. 2013. № 3. С. 91-93.
11. Тертичний О.О. Особливості маркетингу в мережі Інтернет. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 12. С. 382-385.
12. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24. С. 75-85.

7. Контактна інформація

Кафедра	Економічної кібернетики, вул. Шевченка, 57, 815 кабінет, https://kek.pnu.edu.ua/ , kek@pnu.edu.ua
Викладач	Судук Наталія Василівна
Контактна інформація викладача	nataliia.suduk@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 2. Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 3. Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 4. Положення про запобігання академічному плагіату у Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 5. Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 6. Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/
--------------------------	---

Пропуски занять (відпрацювання)	Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4-5). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти». Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/
Додаткові бали	Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу. Також за рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja

Викладач _____ Судук Н.В.