



Силабус курсу ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Спеціальність – 075 Маркетинг
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: III, Семестр: 5

Кількість кредитів: 4 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);
- «Журналістика» в «Свободная образовательная платформа», (м.Київ);
- «Маркетинг» в «Свободная образовательная платформа», (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.

Працювала керівником департаменту маркетингових досліджень в «Strategy Marketing Group» (Тернопіль);

Працювала маркетологом в ПП «Карат», «Меблі-Купе» (Тернопіль).



Тетяна Михайлівна
Борисова

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 електронного маркетингу. 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. Курс орієнтований на відпрацювання практичних навичок із використання цифрових технологій у маркетингу. 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, сформулювати цифрове ком'юніті, налаштувати контекстну рекламу. Під час вивчення цієї дисципліни бакалавр оволодіє такими спеціальними (фаховими) компетентностями, як здатність використовувати сучасні інструменти і методи в процесі маркетингової діяльності в Інтернеті та здатність визначати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернеті.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/4	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, кейси
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 практичне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу
2/2	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 практичне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу
2/2	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, кейси
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 методіку налаштування контекстної реклами. Виробити здатність оцінювати ефективність контекстної реклами на основі KPI.	Опитування, тести, 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 методіку оцінювання ефективності email-маркетингу на основі KPI.	Опитування, тести, 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.	Опитування, тести, 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.	Опитування, тести, наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу

Літературні джерела

1. Dimitris C. Gkikas, Prokopis Theodoridis. (2019). How Artificial Intelligence Affects Digital Marketing Conference: *International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism 2018 (ICSIMAT)*. Athenian Riviera, Greece, Volume: Springer Proceedings in Business and Economics. DOI:10.1007/978-3-030-12453-3_151. (дата звернення: 10.02.2023)
2. Google Analytics Usage Statistics. URL: <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics> (дата звернення: 29.07.2023)
3. WEB-маркетинг: SEO: консп. лекцій / уклад. С.М. Дробчук, Т.М. Борисова. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 40 с.
4. Бойчук І., Музика О. Інтернет у маркетингу. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 512 с.
5. Борисова Т., Монастирський Г., Крулевський А. Інтернет-дослідження комунікаційної активності надавачів послуг міського громадського транспорту України. *Економічний аналіз*. Тернопіль. 2019. Т. 29. № 1. С. 7-12.
6. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 260 с.
7. Діджитал-маркетинг штучного інтелекту: тренди на 2022 рік. URL: <https://cases.media/article/didzhital-marketing-shtuchnogo-intelektu-trendi-na-2022-rik?fbclid=IwAR3M4WTt5H2EQthDGOMavu33wZVuaolyHJK0IfiloeTuht7MmpcH8V6EpbU>.
8. 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-navchivsvya-avtomatizuvati-shtuchnii-intelekt-ce-lyudska-kreativnist>. (дата звернення: 10.02.2023)
9. Каплунов Д. Нейромаркетинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2019. 352 с.
10. Керол Г. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. К.: ArtHuss. 2021. 128 с.
11. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wupn.edu.ua/handle/316497/42757> (дата звернення: 29.07.2023)
12. 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).
13. 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-ori.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.
14. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
15. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023- XII, редакція від 25.07.2021 (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Для виконання усіх видів завдань та проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни, про які викладач повідомляє студентів на початку вивчення дисципліни. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих або електронних джерел інформації під час проведення поточного контролю знань та модульних робіт та заборонено. Під час контрольного заходу студент може користуватися лише дозволеними допоміжними матеріалами або засобами, йому забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією з іншими студентами, використовувати, розповсюджувати, збирати варіанти контрольних завдань. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання практичних завдань, у яких передбачається проведення аналітичних розрахунків.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання закордоном, закордонне стажування, карантин, воєнний стан) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету шляхом виконання завдань, розміщених у системі дистанційного навчання ЗУНУ Moodle.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4	Разом
20%	20%	20%	40%	100
1) Опитування під час занять (теми 1-4 по 5 балів) – мах 20 балів 2) Письмова робота мах 80 балів.	1) Опитування під час занять (теми 5-8 по 5 балів) – мах 20 балів 2) Письмова робота – мах 80 балів.	1) Написання та захист КПІЗ –мах 80 балів 2) Виконання завдань під час тренінгу – мах 20 балів	1) Тестові завдання.(10 тестів по 3 бали) мах 30 балів 2) Задача – мах 30 балів 3) Виконання ситуаційного завдання – мах 40 балів.	100

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