

## Силабус курсу Інтернет продажі та E-mail- маркетинг

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

Рік навчання: III, Семестр: VI

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська



### Керівник курсу

к.е.н., **Процишин Юлія Тарасівна**

Викладач та розробник модулів «WEB-маркетинг: SMM» та «Email-маркетинг» сертифікованих курсів з Інтернет маркетингу THEU

У 2019 - 2023 роках отримала сертифікати за курсом:

- «Women in tech: Змінюємо світ IT» (ГО «IT-cluster»);
- «SMM-школа» (офлайн SMM-школі);
- «Основи цифрового маркетингу» (Google Digital Workshop);
- онлайн курс «Креативність у викладанні» (BRITISH COUNCIL, Вище);
- онлайн курс «Ефективні презентації» (Вище);
- «Як стати YouTube блогером»;
- «Основи email маркетингу від SendPulse»

Контактна інформація

[melenchykuliia@gmail.com](mailto:melenchykuliia@gmail.com)

### Опис дисципліни

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

### Структура курсу

№ п/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	1. 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
2	2. 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
4	4. 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
5	5. Реалізація email-маркетингу	Засвоїти ідею «цепочної переписки» - бесіда, ознайомитися з видами листів. Знати ефективність періодичності та часу відправки листів.	Практичні завдання, тести
6	6. Що писати і як продавати в розсилці.	Навчитися писати ефективні тексти, щоб їх читали. Вивчити структуру шаблону: пре хедер, «шапку», тіло листа, футер («підвал»). Знати різницю між заголовками та темою листа.	Практичні завдання, тести
7	7. Запуск та ведення регулярної та масової розсилки.	Засвоїти принципи записку масової розсилки. Вміти підбирати контент, оформляти правильно листи, вчасно запускати розсилку.	Практичні завдання, тести
8	8. Низький рівень переглядів-причини невдалої розсилки.	Засвоїти як працювати з «сплячими» підписками та зрозуміти по яким причинам підписники перестають читати листи. Вміти перезагрузити слабку E-mail розсилку.	Практичні завдання, тести
9	9. Універсальний метод ведення автоматичної розсилки.	Засвоїти методи автоматичної розсилки. Вміти формувати welcome e-mail (вітальний лист).	Практичні завдання, тести
10	10. Систематичний підхід до аналітики E-mail маркетингу.	Ознайомитися з усіма підходами до аналітики та статистики використання E-mail маркетингу.	Питання

### Для дисципліни використовується обладнання лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ



У процесі вивчення дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» студенти користуються обладнанням та інструментами спеціалізованого класу кафедри маркетингу ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фотоворота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон ZOOM H1, екран проекційний ELITE SCREENS, калькулятор Сітізен, камера-екшн Insta360 Air, камера Logitech, комутатор мережевий D-Link 1005, монопод для камери, плакат-банер інформаційний, стабілізатор Zhiyus Smooth4, фліпчарт Axent, фотоапарат Canon, фотобокс з під світлою Visico, міні фотобокс, штативи різної величини, кільцеві лампи різного діаметру, кільцева лампа з детектором руху, мікрофон петличний, універсальний бездротовий петличний мікрофон, студійний мікрофон, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, поворотний стіл 3D платформа для зйомки відео 360, навушники, софтбокси, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

### Літературні джерела

- 5 основних трендів email-маркетингу у 2021 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://itforce.ua/uk/blog/5-osnovnyh-trendov-email-marketing-a-v-2021-godu/>
- Ефективність використання Е-mail маркетингу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/20>
- Зінько К.С., Процишин Ю.Т.. Е-mail маркетинг: переваги і недоліки використання. *Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю (Тернопіль, 19-20 травня 2020 р.)*. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С.124-128 <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37869/1/125.pdf>
- Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
- Процишин Ю.Т. Ефективність використання Е-mail маркетингу. «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки». 2019. №5. С. 13-15. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/20>
- Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-39> (дата звернення: 20.09.2021)
- Що таке email-маркетинг[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://horoshop.ua/ua/blog/email-marketing/>

### Політика оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Інтернет продажі та Email - маркетинг» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання поточне тестування та опитування; підсумкове тестування по кожному змістовому модулю; оцінювання поточних виконаних практичних робіт; оцінювання виконання КППЗ.

- 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 заходів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
  - Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбутись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30%	40%	30%	100%
Усне опитування під час заняття (5 тем по 4 бали = 20 балів). Письмова робота = 80 балів	Усне опитування під час заняття (5 тем по 4 бали = 20 балів). Письмова робота = 80 балів	Написання та захист КППЗ = 80 балів. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	100 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

