


Приватний вищий навчальний заклад «Буковинський університет»
(повне найменування вишого навчального закладу)

Факультет інформаційних технологій та економіки
(назва інституту / факультету)

Кафедра комп'ютерних систем і технологій
(назва кафедри)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету
інформаційних технологій та економіки
Штерма Т.В.
«20» 2021 р.



СИЛАБУС
навчальної дисципліни

Інтернет-маркетинг

вибіркова навчальна дисципліна
(вказати: обов'язкова / вибіркова)

Освітньо-професійна програма «КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ»
(назва програми)

Спеціальність 122 «Комп'ютерні науки»
(вказати: код, назва)

Галузь знань 12 «Інформаційні технології»
(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти перший бакалаврський
(вказати: перший бакалаврський/другий магістерський)

Факультет _____

(назва факультету, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання українська
(вказати: на якій мові читається дисципліна)

Розробник: Артеменко О.І. завідувач кафедри комп'ютерних систем і технологій, к.т.н., доцент
(вказати авторів (викладач (ів)), їхні посади, наукові ступені, вчені звання)

Профайл викладача (-ів) _____
(посилання на сторінку кафедри з інформацією про викладача (-ів))

Контактний тел.

E-mail: olha.i.artemenko@lpnu.ua

Посилання на сторінку курсу на сайті дистанційного навчання університету

Консультації четвер з 10.00 до 16.00.

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Після вивчення дисципліни студенти повинні:

Знати:

- суть і призначення інтернет-маркетингу;
- види систем інтернет-маркетингу;
- поняття, види і методи інтернет-реклами;
- технології підтримки надання послуг з допомогою Інтернет;
- технології і засоби електронної підтримки споживачів;
- поняття, технології і методи організації представництва фірми в Інтернет;
- поняття та види електронних грошей;
- поняття та види електронних платіжних систем;
- технології інтернет-логістики.

Вміти:

- використовувати технології інтернет-маркетингу для просування товарів на ринку;
- використовувати технології інтернет-реклами;
- використовувати технології «накрутки» та популяризації сайтів фірм;
- використовувати електронні гроші;
- використовувати можливості електронних платіжних систем;
- створювати та супроводжувати засоби електронної підтримки споживачів;
- створювати, супроводжувати та використовувати інтернет-засоби організації послуг;
- використовувати технології інтернет-логістики;
- запобігати спробам шахрайства при купівлі товарів/послуг в Інтернет;
- створювати власні програмні додатки для розв'язання задач інтернет-комерції.

Предмет: базові технології електронної комерції, інтернет-реклама, електронні гроші, електронні платіжні системи, засоби організації представництва фірми в мережі, засоби організації електронної підтримки споживачів .

2. Мета та завдання навчальної дисципліни:

Мета: сформувані практичні знання, вміння і навички з розробки та використання базових технологій електронної комерції, організації представництва фірми в Інтернет, організації рекламної кампанії в мережі та використання електронних платіжних систем і електронних грошей для купівлі/продажу товарів, а також організації надання послуг та електронної підтримки споживачів з допомогою сучасних інформаційних технологій.

Завдання:

- ознайомлення студентів з особливостями застосування базових технологій інтернет-маркетингу для просування та продажу товарів;
- здобуття студентами практичних навичок з організації рекламної кампанії в мережі Інтернет;
- освоєння інтернет-технологій надання послуг, логістики та грошових розрахунків.

3. Пререквізити.

Комп'ютерна графіка,
Веб-технології та веб-дизайн

4. Компетентності та результати навчання, формуванню яких сприяє дисципліна (взаємозв'язок з нормативним змістом підготовки здобувачів вищої освіти, сформульованим у термінах результатів навчання):

Під час вивчення дисципліни, відповідно до освітньо-професійної програми, формуються наступні:

Інтегральна компетентність

Бакалавр здатний вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми в області комп'ютерних наук при здійсненні професійної діяльності або в процесі навчання.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК2. Здатність працювати в команді та особисто. Навички міжособистісної взаємодії

ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

ЗК5. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу на відповідних рівнях

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК8. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

Фахові компетентності спеціальності (ФК)

ФК2. Володіння навчально-методичними основами і стандартами у області комп'ютерних систем і технологій, уміння їх застосовувати при розробці функціональних профілів комп'ютерних систем і технологій, при побудові та інтеграції систем, продуктів і сервісів комп'ютерних систем і технологій

ФК7. Здатність застосовувати, впроваджувати та експлуатувати сучасні комп'ютерних систем і технологій (виробничі, підтримки прийняття рішень, інтелектуального аналізу даних, бізнес-аналітики) у різних галузях людської діяльності, національної економіки та виробництва

ФК15. Здатність розуміти, розгортати, організувати, управляти та користуватися сучасними навчально-дослідницькими комп'ютерними системами і технологіями (у тому числі, що базуються на використанні Інтернету), інформаційними та комунікаційними технологіями

ФК17. Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї та реалізовувати їх у проектах (стартапах)

Отримуються наступні програмні результати навчання:

ПРН13. Розуміти, аналізувати, цілеспрямовано шукати і вибирати необхідні для вирішення професійних завдань інформаційно-довідникові ресурси і знання з урахуванням сучасних досягнень науки і техніки.

ПРН15. Знати і уміти застосовувати інформаційні технології обробки, зберігання та передачі даних.

ПРН38. Вміння використовувати інформаційні та комунікативні технології при спілкуванні, обміні, зборі, аналізі, обробці інформації.

ПРН30. Аналізувати, оцінювати і вибирати інструментальні та обчислювальні засоби технології, алгоритмічні і програмні рішення для розв'язання завдань комп'ютерних систем і технологій.

ПРН38. Вміння використовувати інформаційні та комунікативні технології при спілкуванні, обміні, зборі, аналізі, обробці інформації.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 12 «інформаційні технології»	Вибіркова	

Модулів – 2	Спеціальність: 122 «Комп'ютерні науки»	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин - 126		4-й	-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента - 4	Освітній ступінь:бакалавр	Семестр	
		8-й	-й
		Лекції	
		10 год.	год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	год.
		Лабораторні	
		14 год.	год.
Самостійна робота			
84 год.	год.		
Індивідуальні завдання: год.			
Вид контролю: залік			

5.2. Структура навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин			
		Лекції	Практичні	Лабораторні	СРС
МОДУЛЬ 1					
1.	Сутність інтернет-маркетингу і його сучасна концепція				42
2.	Організація представництва фірми в Інтернет	2		4	
3.	Маркетинг в Інтернет. Сайтпромоутинг		2		
4.	Організація рекламної кампанії в мережі.	2			
5.	Інтернет-реклама.			4	
6.	Електронна підтримка споживачів		2		
Всього по модулю 1 (годин)		4	4	8	42
<i>Всього по модулю (поточний контроль в балах)</i>		<i>2</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>9</i>
<i>Модульна контрольна робота №1 (бали)</i>		<i>15</i>			
Всього по модулю 1 (балів)		50 балів			
МОДУЛЬ 2					
7.	Базові технології інтернет-комерції				42
8.	Торгівельна інтернет-система	2			
9.	Системи інтернет-маркетингу B2B, C2C, B2C, G2C, G2B		4		
10.	Послуги в Інтернет.			4	
11.	Електронні платіжні системи	2			
12.	Електронні гроші.			2	
13.	Віртуальні підприємства, інтернет-інкубатори, мобільна комерція	2			
14.	Шахрайство і Інтернет.		2		
Всього по модулю 2 (годин)		6	6	6	42
<i>Всього по модулю (поточний контроль в балах)</i>		<i>2</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>9</i>
<i>Модульна контрольна робота №2 (бали)</i>		<i>15</i>			

Всього по модулю 2 (балів)		50 балів			
РАЗОМ (годин)		10	10	14	84
РАЗОМ (балів)		100 балів			

5.3. Теми лабораторних занять

№ лабораторного заняття	Назва лабораторної роботи	Кількість годин
з/п		
МОДУЛЬ 1		
1.	Організація представництва фірми в Інтернет	2
2.	Інтернет-реклама	4
Всього по модулю (годин)		8
МОДУЛЬ 2		
3.	Послуги в Інтернет	2
4.	Електронні гроші	2
Всього по модулю (годин)		6
РАЗОМ ЗА СЕМЕСТР ЛАБОРАТОРНИХ (годин)		14

5.4. Зміст завдань для самостійної роботи

№ СРС з/п	Назва самостійної роботи студента	Кількість годин
МОДУЛЬ 1		
1.	Сутність маркетингу і його сучасна концепція	42
Всього по модулю (годин)		42
МОДУЛЬ 2		
2.	Базові технології інтернет-комерції	42
Всього по модулю (годин)		42
РАЗОМ ЗА СЕМЕСТР САМОСТІЙНИХ (годин)		84

6. Система контролю та оцінювання

Об'єктом поточного контролю знань студентів є:

- систематичність, якість та своєчасність виконання і захисту практичних робіт;
- систематичність, якість та своєчасність виконання і захисту лабораторних робіт;
- систематичність та своєчасність виконання завдань самостійної роботи студента;
- якість виконання модульних контрольних робіт.

Дисципліна «Інтернет-маркетинг» складається з двох модулів, оцінювання яких здійснюється за результатами 4 практичних робіт та 4 лабораторних робіт, двох модульних контрольних робіт та самостійної роботи студента.

Перевірка виконання завдань самостійної роботи студента виконується на передостанньому занятті кожного модуля. Кожне завдання самостійної роботи студента оцінюється в 9 балів.

Предметом оцінювання на модульних контрольних роботах є вузлові питання програми та типові задачі, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отримані знання і застосувати їх при вирішенні практичних задач. Контрольні роботи виконуються письмово, кожна з них оцінюється в 15 балів. Перелік та зміст модульних завдань включено до робочої програми дисципліни.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі заліку.

Об'єктом оцінювання є результати виконання студентом всіх видів робіт, передбачених робочою програмою. Сума балів отримана студентом протягом вивчення дисципліни і є оцінкою за залік.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Виконання практичних робіт оцінюється за результатами своєчасного захисту відповідних звітів. Звіт з практичної роботи повинен бути зданий викладачу впродовж двох наступних пар з дисципліни. Звіт з останньої практичної роботи здається перед початком модульної контрольної роботи №2. За прострочення терміну здачі звіту з практичної роботи віднімаються бали від максимальної вартості практичної роботи: кожен тиждень прострочення віднімає 1 бал від можливої оцінки за дану роботу. Звіт з практичної роботи має містити титульний аркуш за встановленою формою і результати виконання всіх завдань роботи. До захисту приймаються тільки звіти, підготовлені і роздруковані з допомогою текстового редактора Microsoft Word.

Максимально можливі оцінки за практичні роботи 6 балів.

Кожна практична робота оцінюється за такою шкалою:

- подані результати є правильними, звіт повністю відповідає вимогам, грамотно і акуратно оформлений, відповіді на поставлені в завданнях питання є повними і точними – **4-6 балів**;
- звіт містить незначні похибки у виконанні завдань, грамотно і акуратно оформлений з виконанням всіх вимог – **1-3 бали**;
- звіт не відповідає вимогам, містить результати виконання чужого індивідуального завдання; студент здає звіт значно пізніше встановленого викладачем терміну – **0 балів**.

Виконання лабораторних робіт оцінюється за результатами своєчасного захисту відповідних звітів. Звіт з лабораторної роботи повинен бути зданий викладачу впродовж двох наступних пар з дисципліни. Звіт з останньої лабораторної роботи здається перед початком модульної контрольної роботи №2. За прострочення терміну здачі звіту з лабораторної роботи віднімаються бали від максимальної вартості лабораторної роботи: кожен тиждень прострочення віднімає 1 бал від можливої оцінки за дану роботу. Звіт з лабораторної роботи має містити титульний аркуш за встановленою формою і результати виконання всіх завдань роботи. До

захисту приймаються тільки звіти, підготовлені і роздруковані з допомогою текстового редактора Microsoft Word.

Максимально можливі оцінки за лабораторні роботи 6 балів.

Кожна лабораторна робота оцінюється за такою шкалою:

- подані результати є правильними, звіт повністю відповідає вимогам, грамотно і акуратно оформлений, відповіді на поставлені в завданнях питання є повними і точними – **4-6 балів**;
- звіт містить незначні похибки у виконанні завдань, грамотно і акуратно оформлений з виконанням всіх вимог – **1-3 бали**;
- звіт не відповідає вимогам, містить результати виконання чужого індивідуального завдання; студент здає звіт значно пізніше встановленого викладачем терміну – **0 балів**.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

СУМА БАЛІВ	ОЦІНКА ЄКТС	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік
90-100	A	відмінно	відмінно
82-89	B	добре	добре
74-81	C		
64-73	D	задовільно	задовільно
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно	незадовільно
1-34	F		

Розподіл балів з навчальної дисципліни Розподіл балів, які отримують студенти

№ теми	Модуль	Кількість годин			
		Лекції	Практичні	Лабораторні	СРС
МОДУЛЬ 1					
<i>Всього по модулю (поточний контроль в балах)</i>		2	12	12	9
<i>Модульна контрольна робота №1 (бали)</i>		15			
Всього по модулю 1 (балів)		50 балів			
МОДУЛЬ 2					
<i>Всього по модулю (поточний контроль в балах)</i>		2	12	12	9
<i>Модульна контрольна робота №2 (бали)</i>		15			
Всього по модулю 2 (балів)		50 балів			
РАЗОМ (балів)		100 балів			

7. Рекомендована література

Основна:

1. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван Ї. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замасвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.
3. Каплунов Денис. Нейрокопірайтинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2019. 352 с

Допоміжна література

1. Barden Ph. The Science Behind Why We Buy. New York: John Wiley & Sons, 2013. 288 p.
2. Коен Дж., Шмідт Е. Новий цифровий світ / Пер. з англ. Г. Лелів. Львів: Літопис, 2015. 368 с.
3. Легкий О. А. Організація відділу маркетингу в умовах четвертої промислової революції / Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету «Економіка та суспільство». 2018. № 14.
4. Легкий О.А., Сохацька О.М. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату. Маркетинг і цифрові технології. 2017. № 2. С. 4-31.
5. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол. : М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 296 с.
6. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. B2B Content Marketing: 2017 Benchmarks, Budgets and Trends Report. Content Marketing Institute and MarketingProfs University. URL: http://contentmarketinginstitute.com/wpcontent/uploads/2016/09/2017_B2B_Research_FINAL.pdf
2. Court D., Elzinga D., Mulder S., Vetvik O. The consumer decision journey. McKinsey & Company. 2009. URL:<http://www.mckinsey.com/businessfunctions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>
3. Douglas K. 2015 State of Digital Marketing. Spiceworks IT Platform. 2014. URL: <http://www.spiceworks.com/marketing/2015-state-digital-marketing/>