

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету економіки
та управління


“ 28 ” 08 2025 р.
Андрій КОЦУР

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-
педагогічної роботи


“ 28 ” 08 2025 р.
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ННІНОТ


“ 28 ” 08 2025 р.
Святослав ПИШЕЛЬ

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни “РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ САЙТІВ”

ступінь вищої освіти – бакалавр

галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність – 051 Економіка

Освітньо-професійна програма «Економіка та управління бізнесом»

Кафедра маркетингу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (семестр)
Денна	4	8	24	24	3	6	93	150	8
Заочна	4	8, 9	8	4	-	-	138	150	9

29.08.2025

Тернопіль – 2025

Робочу програму склала завідувач кафедри маркетингу, докт.екон.наук,
професор Тетяна БОРИСОВА.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу,
протокол № 1 від 26 вересня 2025 р.

Завідувач кафедри



Тетяна БОРИСОВА

Гарант ОП



Лариса ЛЯХОВИЧ

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Розробка та просування сайтів »

1. Опис дисципліни «Розробка та просування сайтів »

Дисципліна «Розробка та просування сайтів»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки	Статус дисципліни: <i>вибіркова</i> Мова навчання: <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність – 051 Економіка	Рік підготовки: <i>Денна форма – 4</i> <i>Заочна форма – 4</i> Семестр: <i>Денна форма – 8</i> <i>Заочна форма – 8,9</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма «Економіка та управління бізнесом»	Лекції: <i>Денна форма – 24 год.</i> <i>Заочна форма – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна форма – 24 год.</i> <i>Заочна форма – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна форма – 93 год.</i> <i>Заочна форма – 138 год.</i> Тренінг: <i>Денна форма – 6 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна форма – 3 год.</i>
Тижневих годин – 10,7 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю – <i>залік</i>

2. Мета і завдання дисципліни «Розробка та просування сайтів»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою викладання даної дисципліни є формування системи знань про сутність і зміст пошукового маркетингу в рамках розвитку інформаційних технологій та цифрових носіїв, розуміння аналізу, планування, впровадження в життя, а також до контролю та здійснення заходів розрахованих на просування товарів та послуг підприємства на цільових ринках та досягнення конкретної мети організації шляхом використання нових технологій в Інтернет і розробки сайту з використанням шаблонів і конструкторів.

2.2. Завдання вивчення дисципліни.

Завдання вивчення дисципліни для майбутніх фахівців сфери маркетингу полягає у засвоєнні методів, прийомів, інструментів пошукового маркетингу, ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами пошукового маркетингу; відпрацювання практичних навичок використання з розробки сайтів за шаблоном, технологій пошукового маркетингу; виховання здатності до творчого пошуку, напрямів і ресурсів поліпшення діяльності пов'язаної з маркетингом за допомогою цифрових інструментів просування (SEO).

3. Програма навчальної дисципліни «Розробка та просування сайтів »

Змістовий модуль 1. Розробка структури сайту

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Сутність пошукового маркетингу

Лекція 1. Розробка і просування сайтів в пошукових системах: основи і ключові поняття.

Принципи роботи сайтів на конструкторах, огляд популярних платформ (SendPulse, Wix, WordPress.com), вибір шаблону та структура сторінок, додавання та оформлення контенту (текст, зображення, відео, кнопки), налаштування навігації та інтеграцій (форми, аналітика, SendPulse), основи дизайну та юзабіліті, публікація сайту та перевірка його роботи

Що таке SEO: ключові поняття, особливості, можливості. Складові. Брифування клієнта. KPI для SEO. ROI. Видимість в пошукових системах. Системи моніторингу. Call-Tracking. Аналітика.

Алгоритми пошукових систем. Регіональність. Панелі веб-майстрів. Основні фактори ранжування. Ассесори. Оптимізація молодого сайту, старого, лендінгу

Лекція 2. Внутрішня оптимізація сайту. Юзабіліті

Внутрішня оптимізація сайту. Обов'язкові складові. Мінімальний технічний аудит.

Структура сайту. Рівень вкладеності сторінок. «Юзабіліті». Позаструктурні елементи(теги, швидкі посилання, додаткові колекції, результати фільтру і ін), що допомагають в пошуковому просуванні сайтів.

https, robots.txt, sitemap.xml - що це? Для чого? Як створювати? Як перевірити? Де вони мають бути розміщені. Мікророзмітка. Швидність загрузки сайту. Багатомовність.

Коди відповіді сторінок і як вони впливають на просування сайту. Биті посилання. Дублі. Як їх виявити і усунути. 404 сторінка. Основи HTML для SEO.

Лекція 3. Семантичне ядро сайту. Оптимізація сторінок сайту під ключові запити.

Підбір і сегментація семантичного ядра для просування сайту. Слова тематики. Пошукові запити: їх різновидність і класифікація. Кластеризація. Цільові URL.

Оптимізація сторінок під пошукові запити: SEO теги, тексти, картинки. Постановка ТЗ на копірайт: текст на розділ, карточку, статтю.

Критерії якісного контенту. Унікальність і методи її перевірки. Як захистити контент від копіювання? Інструменти і методи захисту (веб-майстр + автоматичне посилання при копіюванні). Авторське право і можливість подати скаргу в Google.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Просування сайту

Лекція 4. Link building і зовнішня оптимізація сайту.

Лінкбїлдінг. Що таке посилання. Його складові (html). Типи посилань (анкорні, безанкорні, умовно-безанкорні). Внутрішні посилання. Типова схема PR. Схеми перелінковки. Закриття від індексації.

Зовнішня оптимізація сайту (нарощення авторитету сайту). Методи. Класифікація посилань. Типи (оренда / вічні).Співвідношення типів посилань. Як визначити якість донора. Ключові вимоги. Швидкість приросту. Динаміка (вибух посилань) і негативна. Розрахунок бюджету на посилання.

Лекція 5. Аналіз конкурентів в пошуковій видачі

Аналіз конкурентів в пошуковій видачі.

Як знайти, які параметри досліджувати, на що звертати особливу увагу. Інструменти.

Лекція 6. Санкції і фільтри пошукових систем

Поведінкові фактори сайту.

Санкції і фільтри пошукових систем.

За що наказують і як з-під них вийти. Діагностика.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Розробка та просування сайтів»
(денна форма навчання)**

Тема	Кількість годин					Контрольні заходи
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота	Індивід. робота	Тренінг	
Змістовий модуль 1. Розробка структури сайту						
Лекція 1. Розробка і просування сайтів в пошукових системах: основи і ключові поняття.	4	4	43	1	1	Тести Опитування
Лекція 2. Внутрішня оптимізація сайту. Юзабіліті	4	4	10	1	1	Тести Опитування
Лекція 3. Семантичне ядро сайту. Оптимізація сторінок сайту під ключові запити	4	4	10		1	Тести Опитування
Змістовий модуль 2. Просування сайту						
Лекція 4. Link building і зовнішня оптимізація сайту.	4	4	10	1	1	Тести Опитування
Лекція 5. Аналіз конкурентів в пошуковій видачі	4	4	10		1	Тести Опитування
Лекція 6. Санкції і фільтри пошукових систем	4	4	10		1	Тести Опитування
РАЗОМ	24	24	93	3	6	

(заочна форма навчання)

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Лекція 1. Просування сайтів в пошукових системах: основи і ключові поняття.	2	1	23
Лекція 2. Внутрішня оптимізація сайту. Юзабіліті	2		23
Лекція 3. Семантичне ядро сайту. Оптимізація сторінок сайту під ключові	1	1	23

запити			
Лекція 4. Link building і зовнішня оптимізація сайту.	1		23
Лекція 5. Аналіз конкурентів в пошуковій видачі	1	1	23
Лекція 6. Санкції і фільтри пошукових систем	1	1	23
РАЗОМ	8	4	138

5. Тематика практичних завдань

Практичне заняття 1

Тема: Розробка і просування сайтів в пошукових системах: основи і ключові поняття

Мета: Зрозуміти та сформулювати судження про сутність пошукового маркетингу та його інструментарій; місце пошукового маркетингу у системі цифрового маркетингу. Навчитись розробляти сайт на конструкторі.

Питання для обговорення:

1. Як розробити структуру сайту.
2. Що таке SEO: ключові поняття, особливості, можливості. Складові. Брифування клієнта.
3. KPI для SEO. ROI. Видимість в пошукових системах. Системи моніторингу. Call-Tracking. Аналітика.
4. Алгоритми пошукових систем. Регіональність. Панелі веб-майстрів. Основні фактори ранжування. Ассесори. Оптимізація молодого сайту, старого, лендінгу

Практичне заняття 2

Тема: Внутрішня оптимізація сайту. Юзабіліті

Мета: Засвоїти поняття юзабіліті та контенту сайту. Зрозуміти етапність оцінки зручності сайту.

Питання для обговорення:

1. Внутрішня оптимізація сайту. Обов'язкові складові. Мінімальний технічний аудит.
2. Структура сайту. Рівень вкладеності сторінок. «Юзабіліті». Позаструктурні елементи(теги, швидкі посилання, додаткові колекції, результати фільтру і ін), що допомагають в пошуковому просуванні сайтів.
3. https, robots.txt, sitemap.xml - що це? Для чого? Як створювати? Як перевірити? Де вони мають бути розміщені. Мікророзмітка. Швидність завантаження сайту. Багатомовність.
4. Коди відповіді сторінок і як вони впливають на просування сайту. Биті посилання. Дублі. Як їх виявити і усунути. 404 сторінка. Основи HTML для SEO.

Практичне заняття 3

Тема: Семантичне ядро сайту. Оптимізація сторінок сайту під ключові запити

Мета: Ознайомитися з принципами побудови семантичного ядра сайту та оптимізації під ключові запити.

Питання для обговорення:

1. Підбір і сегментація семантичного ядра для просування сайту. Слова тематики. Пошукові запити: їх різновидність і класифікація. Кластеризація. Цільові УРЛ.
2. Оптимізація сторінок під пошукові запити: SEO теги, тексти, картинки. Постановка ТЗ на копірайт: текст на розділ, карточку, статтю.
3. Критерії якісного контенту. Унікальність і методи її перевірки. Як захистити контент від копіювання? Інструменти і методи захисту (веб-майстр + автоматичне посилання при копіюванні). Авторське право і можливість подати скаргу в Google.

Практичне заняття 4

Тема: Link building і зовнішня оптимізація сайту.

Мета: Засвоїти характеристики основних підходів до лінкбїлдіngu.

Питання для обговорення:

1. Лінкбїлдіng. Що таке посилання. Його складові (html). Типи посилань (анкорні, безанкорні, умовно-безанкорні). Внутрішні посилання. Типова схема PR. Схеми перелінковки. Закриття від індексації.
2. Зовнішня оптимізація сайту (нарощення авторитету сайту). Методи. Класифікація посилань. Типи (оренда / вічні). Співвідношення типів посилань. Як визначити якість донора. Ключові вимоги. Швидкість приросту. Динаміка (вибух посилань) і негативна. Розрахунок бюджету на посилання.

Практичне заняття 5

Тема: Аналіз конкурентів в пошуковій видачі

Мета: Засвоїти сервіси та принципи аналізу конкурентів у пошуковій видачі.

Питання для обговорення:

1. Аналіз конкурентів в пошуковій видачі.
2. Як знайти, які параметри досліджувати, на що звертати особливу увагу. Інструменти.

Практичне заняття 6

Тема: Санкції і фільтри пошукових систем

Мета: Ознайомлення із основними санкціями і фільтрами пошукових систем

Питання для обговорення:

1. Поведінкові фактори сайту.
2. Санкції і фільтри пошукових систем.
3. За що наказують і як з-під них вийти. Діагностика.

6. Самостійна робота

Для успішного вивчення і засвоєння дисципліни «Розробка та просування сайтів» студенти повинні володіти значним обсягом інформації, частину якої вони отримують і опрацьовують шляхом самостійної роботи. Поєднання аудиторних занять із самостійною роботою посилить якість підготовки майбутніх фахівців, забезпечить системність знань та вмій при обґрунтуванні маркетингових рішень.

Самостійна робота передбачає індивідуальне опрацювання студентом завдання зі створення вебсайту для обраного бренду за допомогою безкоштовного онлайн-конструктора. У процесі виконання роботи студент має продемонструвати навички планування структури сайту, підбору контенту (тексти, зображення, графічні елементи) та використання сучасних інструментів вебдизайну. Для реалізації завдання можна використовувати такі конструктори: **Wix** (<https://www.wix.com>), **SendPulse** (<https://sendpulse.ua>), **WordPress.com** (<https://wordpress.com>), **Weebly** (<https://www.weebly.com>) або **Google Sites** (<https://sites.google.com>). Основна увага приділяється правильному відображенню фірмового стилю бренду, зручності навігації та адаптивності ресурсу.

Результатом самостійної роботи є готовий вебсайт, що відображає ключові характеристики бренду та відповідає вимогам базового просування в інтернеті. Студент повинен обґрунтувати вибір конструктора, пояснити застосовані дизайнерські рішення та продемонструвати, як сайт може слугувати інструментом популяризації бренду. Виконання завдання сприяє закріпленню теоретичних знань і розвитку практичних умінь у сфері веброзробки та онлайн-маркетингу.

7. Тренінг з дисципліни

Тематика: Особливості пошукової оптимізації в діяльності обраного бренду під час війни. Розробити маркетингову стратегію SEO з врахуванням ситуації війни.

Порядок проведення:

1. Вступна частина: ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття і видача завдання.
2. Практична частина: виконання завдань студентами згідно з індивідуальним завданням; оформлення короткого звіту.
3. Підведення підсумків: обговорення результатів виконаних завдань.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Розробка та просування сайтів» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;

- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- модульна контрольна робота;
- залік.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Розробка та просування сайтів» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

модуль 1		модуль 2		модуль 3	модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Включає 20 тестів, що містять по 4 варіанти, на кожній із практичних. Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка рівна 0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-7. У позааудиторний час.	Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 8-14 (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Включає 20 тестів, що містять по 4 варіанти, на кожній із практичних. Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка рівна 0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 8-14. У позааудиторний час.	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу.	Оцінюється за результатом виконання завдань для самостійної роботи в МУДЛ
Критерії оцінювання: 1.Правильна відповідь за тест — студент отримує 5 балів. 2.Неправильна відповідь (будь-який із 3-х варіантів, що не є вірними) — 0 балів. 3.Немає відповіді	Критерії оцінювання завдання модульного контролю (макс. 100 балів) 1. Дотримання чек-листа (макс. 50 балів) - 46–50 балів — усі пункти виконані,	Критерії оцінювання: 1.Правильна відповідь за тест — студент отримує 5 балів. 2.Неправильна відповідь (будь-який із 3-х варіантів, що не є вірними) — 0 балів. 3.Немає відповіді	Критерії оцінювання завдання модульного контролю (макс. 100 балів) 1. Дотримання чек-листа (макс. 50 балів) - 46–50 балів — усі пункти виконані,	Критерії оцінювання завдання тренінгу (макс. 100 балів) 1. Якість виконання завдання (макс. 60 балів) -Високий рівень (51–60 балів): завдання виконане повністю, без помилок; логічно	Критерії оцінювання завдання: -Відмінно (90–100 балів): Студент виконав роботу на високому рівні. Усі елементи сайту працюють коректно, інтеграції з сервісами,

<p>або пропуск — 0 балів. Максимально можлива оцінка за 1 тест – 100 балів.</p>	<p>результати повністю відповідають вимогам. - 36–45 балів — виконано більшість пунктів, незначні неточності. - 25–35 балів — виконано приблизно половину пунктів, є суттєві недоліки. - 0–24 бали — більшість пунктів пропущено, завдання не відповідає вимогам. 2. Якість аналізу та змісту (макс. 35 балів) - 31–35 балів — проведений глибокий аналіз фірми, логічні висновки, відсутні суттєві помилки. - 25–30 балів — аналіз достатній, але деякі аспекти поверхові. - 15–24 бали — аналіз обмежений, висновки неповні. - 0–14 балів — відсутній системний аналіз, помилкові висновки. 3. Оформлення та подача результатів (макс. 15 балів) - 14–15 балів — акуратність, дотримання формату, зрозуміла структура. - 10–13 балів — загалом добре,</p>	<p>або пропуск — 0 балів. Максимально можлива оцінка за 1 тест – 100 балів.</p>	<p>результати повністю відповідають вимогам. - 36–45 балів — виконано більшість пунктів, незначні неточності. - 25–35 балів — виконано приблизно половину пунктів, є суттєві недоліки. - 0–24 бали — більшість пунктів пропущено, завдання не відповідає вимогам. 2. Якість аналізу та змісту (макс. 35 балів) - 31–35 балів — проведений глибокий аналіз фірми, логічні висновки, відсутні суттєві помилки. - 25–30 балів — аналіз достатній, але деякі аспекти поверхові. - 15–24 бали — аналіз обмежений, висновки неповні. - 0–14 балів — відсутній системний аналіз, помилкові висновки. 3. Оформлення та подача результатів (макс. 15 балів) - 14–15 балів — акуратність, дотримання формату, зрозуміла структура. - 10–13 балів —</p>	<p>структуроване, містить приклади, є креативність; оформлення акуратне, усі вимоги дотримані. -Достатній рівень (41–50 балів): виконано майже повністю, незначні неточності; структура зрозуміла; є спроби творчого підходу; оформлення переважно відповідає вимогам. -Базовий рівень (31–40 балів): виконано частково; є помилки чи пропуски; логіка викладу порушена; креативність майже відсутня; оформлення формальне. -Низький рівень (0–30 балів): завдання виконано поверхово або з великою кількістю помилок; структура відсутня; вимоги не дотримані. 2. Презентація результатів (макс. 40 балів) -Високий рівень (35–40 балів): виступ чіткий, логічний, упевнений; візуальні матеріали якісні; студент вміє тримати увагу аудиторії, відповідає на запитання. -Достатній рівень (28–34 бали): виступ зрозумілий, але є дрібні неточності; візуальні матеріали</p>	<p>наприклад SendPulse, налаштовані, помилок немає. Структура сайту логічна, дизайн привабливий, навігація зручна, кольори та шрифти гармонійні. - Добре (75–89 балів): Невеликі помилки у роботі окремих елементів сайту, більшість інтеграцій працюють. Структура сайту зрозуміла, дизайн приємний, але є незначні недоліки у навігації або оформленні. - Задовільно (60–74 балів): Деякі кнопки або посилання не працюють, інтеграції налаштовані частково. Структура сайту частково зрозуміла, дизайн простий або місцями неузгоджений. - Незадовільно (40–59 балів): Багато помилок у функціональності сайту, інтеграції не налаштовані. Структура хаотична, дизайн непродуманий, навігація заплутана. Погано (0–39 балів): Сайт не працює або не завантажується. Відсутня логіка сторінок, дизайн відсутній або повністю непридатний.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	але є дрібні недоліки. - 6–9 балів — багато технічних недоліків у структурі чи оформленні. - 0–5 балів — оформлення відсутнє або хаотичне.		загалом добре, але є дрібні недоліки. - 6–9 балів — багато технічних недоліків у структурі чи оформленні. - 0–5 балів — оформлення відсутнє або хаотичне.	використано частково; відповіді на запитання не завжди повні. -Базовий рівень (20–27 балів): виступ монотонний, не завжди зрозумілий; візуальні матеріали слабкі; відповіді поверхові. -Низький рівень (0–19 балів): виступ неструктурований, невпевнений; відсутні візуальні матеріали; студент не відповідає на запитання.	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	<i>Відмінно</i>	A (відмінно)
85–89	<i>Добре</i>	B (дуже добре)
75–84		C (добре)
65–74	<i>Задовільно</i>	D (задовільно)
60–64		E (достатньо)
35–59	<i>Незадовільно</i>	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		F (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор. Екран проекційний.	1-6
2	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Google Chrome, Firefox)	1-6

3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-6
4	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-6
5	Система дистанційного навчання ЗУНУ Moodle	1-6
6	Google Forms, Google Sheets	1-6

У процесі вивчення дисципліни «Розробка та просування сайтів» студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фоторота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон ZOOM H1, екран проєкційний 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, штатив Velbon, мікрофон петличний, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, навушники, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

Навчальна дисципліна передбачає використання такого програмного забезпечення, онлайн-сервісів та онлайн-мереж: NeuroLab; SendPulse; Facebook; Instagram.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с.
2. Борисова Т.М. Словник понять і термінів з Інтернет-маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 117 с.
3. Діджитал-маркетинг штучного інтелекту: тренди на 2022 рік. URL: <https://cases.media/article/didzhitall-marketing-shtuchnogo-intelektu-trendi-na-2022-rik?fbclid=IwAR3M4WTt5H2EQthDGOMavu33wZVuaolYHJK0IfiloeTuht7MmrcH8V6EpbU>. (дата звернення: 10.02.2022)
4. 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-se-lyudska-kreativnist>. (дата звернення: 10.02.2022)
5. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
6. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023- XII, редакція від 25.07.2021 (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).
7. Керол Г. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. К.: ArtHuss. 2021. 128 с.

8. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
9. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. / Олег Кузик. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 337 с.
10. Ларіна Я. С. , Рябчик А.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 282 с.
11. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757> (дата звернення: 29.05.2023)
12. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Попової ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. - Харків : Факт, 2020. 314 с.
13. 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). (дата звернення: 29.05.2023)
14. 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-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.
15. Borysova, T., Monastyrskiy G., Khрупovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2022. P.306-315. URL: <https://doi.org/10.55643/FCAPTP.2.43.2022.3614>
<https://publons.com/p/52935278/>
16. Borysova, T., Monastyrskiy, G., Borysiak, O., & Protsyshyn, Yu. (2021). Priorities of Marketing, Competitiveness, and Innovative Development of Transport Service Providers under Sustainable Urban Development. *Marketing and Management of Innovations*, 3, P. 78-89. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-07>
17. Google Analytics Usage Statistics. URL: <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics> (дата звернення: 29.05.2025)
18. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskiy G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market. *Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice*. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i35.222527>