



Силабус курсу РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ САЙТІВ

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

Рік навчання: IV, Семестр: VIII

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівники курсу

Борисова Тетяна Михайлівна

д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу ЗУНУ

Сертифікати:

- «Web marketing» в IT-академії «Logos» (Львів);
 - «SEO-specialist» в IT-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 «Вільна освітня платформа», (м.Київ);
 - «Маркетинг» в «Вільна освітня платформа», (м.Київ).
- Викладач курсів з Інтернет-маркетингу ЗУНУ;
Консультант з питань маркетингу у громадській організації
«Відродження нації»
«Маркетинг IT-продуктів» (МОН України, «Genesis»)
«Створення IT-продуктів» (МОН України, «Genesis»)



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 «Розробка та просування сайтів» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок із розробки структури сайту, оптимізації веб-сайту під ключові запити у пошуковій системі Google, просування сайтів в пошукових системах, аналізу конкурентів в пошуковій видачі, а також способи уникнення санкцій і фільтрів пошукових систем. Дисципліна орієнтує на відпрацювання практичних навичок із використання пошукових технологій в маркетингу.

У результаті вивчення дисципліни студент буде знати базову та спеціалізовану термінологію пошукового маркетингу, ключові показники ефективності SEO та основні фактори ранжування, а також розуміти відмінності в алгоритмах пошукових систем. Він засвоїть поняття юзабіліті та контенту сайту, принципи роботи з https, robots.txt, sitemap.xml і позаструктурними елементами, усвідомлюватиме роль семантичного ядра, SEO-оптимізації сторінок, методів нарощення посилкової маси та зовнішньої оптимізації. Також студент знатиме основи конкурентного аналізу в пошуковій

видачі, методи діагностики конкурентних переваг, принципи етичної та безпечної оптимізації та особливості санкцій пошукових систем.

Студент буде вміти складати бриф для клієнта, проводити технічний аудит сайту, виявляти биті посилання та аналізувати коди відповіді сторінок, а також розробляти оптимальну структуру сайту. Він оволодіє навичками побудови семантичного ядра, постановки технічних завдань для копірайтингу, захисту контенту від копіювання та оптимізації сторінок під пошукові запити. Крім того, студент зможе здійснювати аналіз юзабіліті та контенту сайту, будувати систему внутрішньої та зовнішньої перелінокки, розраховувати бюджет на посилання, закривати окремі сторінки від індексації, проводити дослідження конкурентів у пошуковій видачі та застосовувати інструменти для виходу з-під санкцій пошукових систем.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 4	1. РОЗРОБКА І ПРОСУВАННЯ САЙТІВ В ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ: ОСНОВИ І КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ.	Знати термінологію пошукового маркетингу, вміти складати бриф для клієнта, знати KPI для SEO, аналізувати основні фактори ранжування, знати відмінності у алгоритмах пошукових систем. Вміти розробити структуру сайту	Тести Опитування
4 / 4	2. ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ. ЮЗАБІЛІТІ.	Засвоїти поняття юзабіліті та контенту сайту, проводити аналіз контенту та юзабіліті сайту, обґрунтовувати роль https, robots.txt, sitemap.xml, позаструктурних елементів для пошукового маркетингу, вміти зробити технічний аудит сайту, вміти виявити биті посилання, коди відповіді сторінок, проаналізувати структуру сайту.	Тести Опитування
4 / 4	3. СЕМАНТИЧНЕ ЯДРО САЙТУ. ОПТИМІЗАЦІЯ СТОРІНОК САЙТУ ПІД КЛЮЧОВІ ЗАПИТИ.	Вміти будувати семантичне ядро сайту, обґрунтовувати технічне завдання на копірайт, освоїти інструменти і методи захисту контенту від копіювання, вміти оптимізувати сторінки сайту під пошукові запити (SEO-теги, тексти, картинки).	Тести Опитування
4 / 4	4. LINK BUILDING І ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ.	Засвоїти принципи побудови посилкової маси і зовнішньої оптимізації сайту, здійснювати аналіз типів посилань та типів перелінокки, вміти закривати сторінки сайту від індексації, засвоїти методи нарощення авторитету сайту, вміти розрахувати бюджет на посилання	Тести Опитування
4 / 4	5. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ В ПОШУКОВІЙ ВИДАЧІ.	Аналізувати конкурентів в пошуковій видачі, засвоїти методи діагностики конкурентних переваг, оперувати основними сервісами та інструментами дослідження конкурентів у Інтернет.	Тести Опитування
4 / 4	6. САНКЦІЇ І ФІЛЬТРИ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ.	Засвоїти принципи етичної та безпечної пошукової оптимізації, вміти вийти з-під санкцій пошукових систем, опанувати методику та інструменти діагностування санкцій і фільтрів пошукових систем.	Тести Опитування

Літературні джерела

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. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
4. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023- XII, редакція від 25.07.2021 (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).
5. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпірін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
6. 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)
7. 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>.
8. Borysova, T., Monastyrskyi G., Khrupovych S., Chaikivska V. Marketing communication policy of local authorities as a
9. Google Analytics Usage Statistics. URL: <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics> (дата звернення: 29.05.2025)
10. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskyi 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>

Політика оцінювання

- **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 робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

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 або пропуск — 0 балів. Максимально можлива оцінка за 1 тест – 100 балів.	Критерії оцінювання завдання модульного контролю (макс. 100 балів) 1. Дотримання чек-листа (макс. 50 балів) - 46–50 балів — усі пункти виконані, 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 фірми, логічні висновки, відсутні суттєві помилки.	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 або пропуск — 0 балів. Максимально можлива оцінка за 1 тест – 100 балів.	Критерії оцінювання завдання модульного контролю (макс. 100 балів) 1. Дотримання чек-листа (макс. 50 балів) - 46–50 балів — усі пункти виконані, 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 —	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 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	Критерії оцінювання завдання: -Відмінно (90–100 балів): Студент виконав роботу на високому рівні. Усі елементи сайту працюють коректно, інтеграції з сервісами, 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 прийнятний, але є незначні недоліки у навігації або оформленні. - Задовільно (60–

	- 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, але є дрібні недоліки. - 6–9 балів — багато технічних недоліків у структурі чи оформленні. - 0–5 балів — оформлення відсутнє або хаотичне.		акуратність, дотримання формату, зрозуміла структура. - 10–13 балів — загалом добре, але є дрібні недоліки. - 6–9 балів — багато технічних недоліків у структурі чи оформленні. - 0–5 балів — оформлення відсутнє або хаотичне.	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 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.	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.
--	---	--	---	--	---

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