



Силабус курсу КОМПЛЕКСНИЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

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

Дні занять:
Консультації:

Рік навчання: I, Семестр: I

Кількість кредитів: 5 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).

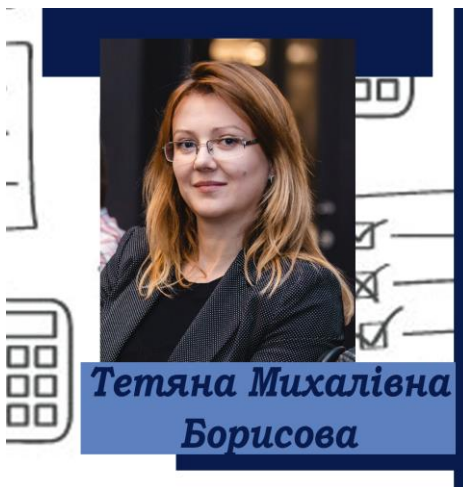
Викладач курсів з Інтернет-маркетингу ЗУНУ;

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).



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 “Комплексний 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, сформувати цифрове ком’юніті, налаштувати контекстну рекламу.

Під час вивчення цієї дисципліни магістр оволодіє такими спеціальними (фаховими) компетентностями, як здатність здійснювати маркетингову діяльність в Інтернет та здатність

аналізувати та оцінювати результативність і ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернет.

Структура курсу

| Години (лек. / сем.) | Тема | Результати навчання | Завдання |
|-------------------------|--|---|---|
| 4 / 2 | 1.СУТНІСТЬ КОМПЛЕКСНОГО ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ | Ознайомитися із загальною характеристикою Інтернет-маркетингу як економічного явища. Знати підходи до визначення сутності комплексного Інтернет-маркетингу та його складових. Вміти охарактеризувати інструменти Інтернет-маркетингу в розрізі основних класифікаційних ознак. Вивчити КРІ Інтернет-маркетингу підприємств. | Тести Опитування Розв'язуван ня задач |
| 4 / 2 | 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 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 завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу бізнесу |
| 4 / 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 Розв'язуван ня задач. Презентація першої половини наскрізного завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу фірми. |
| 4 / 2 | 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 методику налаштування контекстної реклами. Виробити здатність оцінювати ефективність контекстної реклами на основі КРІ. | Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет- маркетингу бізнесу |

| | | | |
|-------|-----------------------------------|--|--|
| 4 / 2 | 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 методику оцінювання ефективності email-маркетингу на основі KPI. | Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу |
| 4 / 2 | 7. МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ | Ознайомитися із загальною характеристикою поняття 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. | Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу |
| 4 / 1 | 8. СТРАТЕГІЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ | Ознайомитися із загальною характеристикою сутності та рівнями стратегії Інтернет-маркетингу. Виробити навички формування стратегії Інтернет-маркетингу. Знати переваги комплексного Інтернет-маркетингу. Вміти аналізувати недоліки комплексної моделі 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. | Тести Опитування 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 [Текст]: 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=IwAR3M4WTt5H2EQthDGOMavu33wZVuaolyHJK0lfileoTuht7MmpcH8V6EpbU>. (дата звернення: 10.02.2023)
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 [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: 29.07.2023)

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). (дата звернення: 29.07.2023)

13. Росс А. Книга 21 кейс интернет-маркетолога. Авіаз. 2019. 192 с.

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-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.

15. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.

16. 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:** 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 екзаменів 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 відбутись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

| Заліковий модуль 1 | Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота) | Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПІЗ) | Заліковий модуль 4 (письмовий екзамен) | Разом |
|--|---|--|---|-------|
| 20% | 20% | 20% | 40% | 100 |
| 1) Усне опитування за темами 1-4 (кожна тема 10 балів), до 40 балів. 2) Тестування за темами 1-4 (кожна тема 5 балів), до 20 балів. 3) Презентація першої половини наскрізного завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу, до 40 балів. | 1) Усне опитування за темами 5-8 (кожна тема 5 балів), до 20 балів. 2) Тестування за темами 5-8 (кожна тема 10 балів), до 40 балів. 3) Ректорська контрольна робота, до 40 балів. | 1) Презентація другої половини наскрізного завдання із розробки програми Інтернет-маркетингу бізнесу, до 60 балів. 2) Виконання завдань під час тренінгу. Презентація результатів тестування юзабіліті сайту за допомогою нейрообладнання, до 40 балів. | 1) Тестові завдання. 8 тестів по 5 бали, до 40 балів. 2) Задачі у тестовій формі, 2 задачі по 5 балів, до 10 балів. 3) Виконання комплексного завдання із Інтернет-маркетингу, до 50 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 |