

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

СИЛАБУС

Шифр і назва спеціальності	121 Інженерія програмного забезпечення 122 Комп'ютерні науки 126 Інформаційні системи та технології	Інститут / факультет	Комп'ютерних наук і програмної інженерії
Назва програми	«Інженерія програмного забезпечення». (Innovation Campus) «Комп'ютерні науки та інтелектуальні системи». (Innovation Campus) «Програмне забезпечення інформаційних систем». (Innovation Campus)	Кафедра	Програмної інженерії та інформаційних технологій управління
Тип програми	Освітньо-професійна	Мова навчання	українська

Викладач

Вовк Марина Анатоліївна

maryna.vovk@khopi.edu.ua



Кандидат економічних наук (Ph.D.), доцент кафедри програмної інженерії та інформаційних технологій управління НТУ «ХПІ». Підготувала і опублікувала понад 30 наукових та навчально-методичних праць (Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?hl=ru&user=YEmGWLkAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4119-5441>; Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57203517746>).

Провідний лектор з курсів: «Управління проектами» (українською та англійською мовами), «Основи управління проектами програмного забезпечення» (українською та англійською мовами), «Інновації та підприємництво» (українською та англійською мовами).

Загальна інформація про курс

Анотація	Курс «Інтернет-маркетинг» є навчальною дисципліною з профільного пакету дисциплін 02 «Розробка та запуск програмного забезпечення». Вона викладається у третьому семестрі в обсязі 120 годин (4 кредити ECTS), зокрема: лекції – 32 години, лабораторні заняття – 16 годин, самостійна робота – 72 години.
Цілі курсу	Надання теоретичних та практичних знань студентам в області інтернет-маркетингу, розгляд концепцій та методології Інтернет-маркетингу, особливості віртуального середовища щодо маркетингових досліджень, товарів, ціноутворення, розподілу та комунікацій в Інтернеті

Формат	Лекції, лабораторні заняття. Поточний контроль – лабораторні роботи, проміжний модульний контроль. Підсумковий контроль – залік.		
Семестр	3		

Обсяг (кредити) / Тип курсу (обов'язковий / вибірковий)	4 / Вибірковий	Лекції (години)	32	Лабораторні заняття (години)	16	Самостійна робота (години)	72
---	----------------	------------------------	----	-------------------------------------	----	-----------------------------------	----

Програмні компетентності	<p>K3 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>K3 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>K3 3. Здатність до розуміння предметної області та професійної діяльності.</p> <p>K3 5. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>K3 6. Здатність до пошуку, оброблення та узагальнення інформації з різних джерел.</p> <p>122-ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>121-КС21. Здатність оцінювати і враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні чинники, що впливають на сферу професійної діяльності.</p> <p>122-СК6. Здатність до системного мислення, застосування методології системного аналізу для дослідження складних проблем різної природи, методів формалізації та розв'язування системних задач, що мають суперечливі цілі, невизначеності та ризики.</p> <p>122-СК15. Здатність до аналізу та функціонального моделювання бізнес-процесів, побудови та практичного застосування функціональних моделей організаційно-економічних і виробничо-технічних систем, методів оцінювання ризиків їх проектування.</p> <p>126-КС 8. Здатність управляти якістю продуктів і сервісів інформаційних систем та технологій протягом їх життєвого циклу.</p> <p>126-КС 12. Здатність управляти та користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними системами та технологіями (у тому числі такими, що базуються на використанні Інтернет).</p> <p>126-КС 14. Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї й реалізовувати їх у проектах (стартапах).</p>
---------------------------------	--

Результати навчання	Методи викладання та навчання	Форми оцінювання (поточне оцінювання CAS, підсумкове оцінювання FAS)
<p>121-ПР24. Вміти проводити розрахунок економічної ефективності програмних систем.</p> <p>122-ПР8. Використовувати методологію системного аналізу об'єктів, процесів і систем для задач аналізу, прогнозування, управління та проектування динамічних процесів в макроекономічних, технічних, технологічних і фінансових об'єктах.</p> <p>126-ПР 9. Здійснювати системний аналіз архітектури підприємства та його ІТ-інфраструктури, проводити розроблення та вдосконалення її елементної бази і структури.</p> <p>126-ПР 10. Розуміти і враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні аспекти, вимоги охорони праці, виробничої санітарії, пожежної безпеки та існуючих державних і закордонних</p>	<p>Інтерактивні лекції з презентаціями, дискусії, лабораторні заняття, командна робота, кейс-метод, метод зворотного зв'язку з боку студентів, проблемне навчання</p>	<p>Письмові індивідуальні завдання до лабораторних робіт (CAS), оцінювання знань на лабораторних заняттях (CAS), експрес-опитування (CAS), онлайн-тести (CAS), підсумковий/семестровий контроль у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу (FAS)</p>

стандартів під час формування технічних завдань та рішень.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів для оцінювання успішності аспіранта	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Нарахування балів
	90-100	A	відмінно	
	82-89	B	добре	
	74-81	C		
	64-73	D	задовільно	
	60-63	E		
	35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
	0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

100% підсумкове оцінювання у вигляді екзамену (30%) та поточного оцінювання (70%).
30% екзамен
70% поточне оцінювання:
 Модуль №1 (10%)
 Модуль №2 (10%)
 Лабораторні роботи (50%)
 Лабораторна робота №1 (10%)
 Лабораторна робота №2 (10%)
 Лабораторна робота №3 (10%)
 Лабораторна робота №4 (10%)
 Лабораторна робота №5 (10%)

Політика курсу

Студент зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно навчального розкладу та дотримуватися норм академічної етики. Для вивчення дисципліни необхідно мати власний персональний комп'ютер та/або використовувати комп'ютери обчислювального центру кафедри. Студент повинен працювати з обов'язковою та додатковою літературою, зокрема з інформаційними ресурсами в Інтернеті. Усі лабораторні роботи мають бути виконані та здані студентом протягом семестру, у якому викладається дисципліна, до початку екзаменаційної сесії. Без особистої присутності студента підсумковий контроль не проводиться.

Структура та зміст курсу

Лекція	Тема лекції	Лабораторна робота	Зміст лекції	Самостійна робота
Лекція 1	Формування інтернет-маркетингу	Лабораторна робота 1	Інструментарій інтернет-маркетингу	
Лекція 2	Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі		Портрет клієнта. Формування воронки продаж.	
Лекція 3	Аудиторія інтернету. Портрет клієнта	Лабораторна робота 2	Стратегія інтернет-маркетингу. Інтеграція офлайн та онлайн маркетингу.	
Лекція 4	Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу	Лабораторна робота 3		
Лекція 5	Маркетингова товарна політика в інтернеті			

Опрацьовування лекційного матеріалу
 Підготовка до лабораторних занять
 Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях

Лекція 6	Маркетингова цінова та збутова політика в інтернеті	Лабораторна робота 4	Бізнес-модель Canvas.
Лекція 7	Маркетингова комунікативна політика в інтернеті		
Лекція 8	Ефективність маркетингової діяльності в інтернеті	Лабораторна робота 5	SWOT-аналіз – інструментарій інформаційного менеджменту. Google Analytics.
Лекція 9	Основи веб-аналітики в системі інтернет-маркетингу		

Література

Обов'язкова	<ol style="list-style-type: none"> Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition by Simon Kingsnorth, 2019 See You on the Internet: Building Your Small Business with Digital Marketing. Front Cover. Avery Swartz. Avery Swartz, 2020 - Electronic books. Digital Marketing For Dummies, 2nd Edition (For Dummies (Business & Personal Finance)) 2nd Edition by Deiss, 2020 ONLINE MARKETING BOOT CAMP: The Proven 10-Step Formula To Turn Your Passion Into A Profitable Business, Create An Irresistible Brand Customers Will ... And For All! (Influencer Fast Track® Series) by Gundi Gabrielle, 2020 	Додаткова	<ol style="list-style-type: none"> Marketing Made Simple: A Step-by-Step StoryBrand Guide for Any Business by Donald Miller and Dr. J.J. Peterson, 2020 Building a Story Brand: Clarify Your Message So Customers Will Listen by Miller Donald, 2017 What Customers Crave: How to Create Relevant and Memorable Experiences at Every Touchpoint Hardcover by Nicholas Webb, 2016
--------------------	---	------------------	---

Норми академічної етики

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі курсу.