



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни



Інтернет-маркетинг

Шифр та назва спеціальності

121 – Інженерія програмного забезпечення
122 – Комп'ютерні науки

Інститут

ННІ Комп'ютерних наук та інформаційних технологій

Освітня програма

Інженерія програмного забезпечення
Комп'ютерні науки та інтелектуальні системи

Кафедра

Програмна інженерія та інтелектуальні технології управління (321)

Рівень освіти

Бакалавр

Тип дисципліни

Спеціальна (фахова), Вибіркова

Семестр

7

Мова викладання

Українська, англійська

Викладачі, розробники



Вовк Марина Анатоліївна

maryna.vovk@khp.edu.ua

Доктор філософії (Ph.D.), доцент, доцент кафедри програмної інженерії та інтелектуальних технологій управління

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=YEmGWLkAAAAJ>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4119-5441>

Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57203517746>

Web of Science: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/T-7377-2018>

[Детальніше про викладача на сайті кафедри](#)

Загальна інформація

Анотація

Вивчаються особливості віртуального середовища щодо маркетингових досліджень, товарів, ціноутворення, розподілу та комунікацій в Інтернеті.

Мета та цілі дисципліни

Надання теоретичних та практичних знань студентам в області інтернет-маркетингу, розгляд концепцій та методології Інтернет-маркетингу.

Формат занять

Лекції, лабораторні роботи, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – залік.

Компетентності

121 - Інженерія програмного забезпечення

K01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

K02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

K03. Здатність до розуміння предметної області та професійної діяльності.

K05. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

K06. Здатність до пошуку, оброблення та узагальнення інформації з різних джерел.
K21. Здатність оцінювати і враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні чинники, що впливають на сферу професійної діяльності.

122 - Комп'ютерні науки

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.

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.

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..

Результати навчання

121 - Інженерія програмного забезпечення

ПР24. Вміти проводити розрахунок економічної ефективності програмних систем.

122 - Комп'ютерні науки

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.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредити ECTS): лекції – 16 год., лабораторні роботи – 16 год., самостійна робота – 88 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Бізнес-планування стартапу

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Методи викладання та навчання:

інтерактивні лекції з презентаціями, дискусії, лабораторні заняття, командна робота, кейс-метод, метод зворотного зв'язку з боку студентів, проблемне навчання.

Форми оцінювання:

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).

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Формування інтернет-маркетингу

Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі

Тема 3. Аудиторія інтернету. Портрет клієнта

Тема 4. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу

Тема 5. Маркетингова товарна політика в інтернеті

Тема 6. Маркетингова цінова та збутова політика в інтернеті

Тема 7. Маркетингова комунікативна політика в інтернеті

Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в інтернеті

Тема 9. Основи веб-аналітики в системі інтернет-маркетингу

Теми практичних занять

Практичні заняття в рамках дисципліни не передбачені.

Теми лабораторних робіт

Тема 1. Інструментарій інтернет-маркетингу.

Тема 2. Портрет клієнта. Формування воронки продаж.

Тема 3. Стратегія інтернет-маркетингу. Інтеграція офлайн та онлайн маркетингу.

Тема 4. Бізнес-модель Canvas.

Тема 5. SWOT-аналіз – інструментарій інформаційного менеджменту. Google Analytics.

Самостійна робота

Індивідуальних завдань не передбачено навчальним планом.

Студентам рекомендуються додаткові матеріали (відео, статті) для самостійного вивчення та опрацювання.

Література та навчальні матеріали

Основна література

1. Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing (2nd ed.).
2. Swartz, A. (2020). See You on the Internet: Building Your Small Business with Digital Marketing [Front Cover]. Electronic books.
3. Deiss. (2020). Digital Marketing For Dummies (2nd ed.). For Dummies (Business & Personal Finance).
4. Gabrielle, G. (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).

Додаткова література

1. Miller, D., & Peterson, J. J. (2020). Marketing Made Simple: A Step-by-Step Story Brand Guide for Any Business.
2. Miller, D. (2017). Building a Story Brand: Clarify Your Message So Customers Will Listen.
3. Benjamin Sweeney (2022) Digital Marketing QuickStart Guide: The Simplified Beginner's Guide to Developing a Scalable Online Strategy, Finding Your Customers, and Profitably Growing Your Business.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

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%)

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

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

Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

08.06.2023

Завідувач кафедри
Ігор ГАМАЮН

08.06.2023

Гарант ОП
Андрій КОПП
Юлія ЛІТВІНОВА