



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

ID 4411

Шифр, назва спеціальності та освітній рівень	122 Комп'ютерні науки (бакалавр)	Назва освітньої програми	Комп'ютерні науки (2024) Computer science (2024)
Тип програми	Освітньо-професійна	Мова викладання	Українська
Факультет	Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії (ФІС)	Кафедра	Каф. комп'ютерних наук (КН)

Викладач/викладачі

Готович Володимир Анатолійович, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри комп'ютерних наук, [профіль на порталі "Науковці ТНТУ"](#)
Дмитроца Леся Павлівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри комп'ютерних наук, [профіль на порталі "Науковці ТНТУ"](#)

Загальна інформація про дисципліну

Мета курсу

Полягає у формуванні знань та практичних навиків в студентів з основ інтернет-маркетингу. При цьому велика увага приділяється практичній роботі студентів на персональних комп'ютерах із застосуванням цифрових платформ та інструментів інтернет-маркетингу, а також надання студентам знань про основні теоретичні положення та практичні методи просування цифрових продуктів та послуг, розуміння специфіки бізнес-процесів та бізнес-моделей ІТ-продуктів, формування в студентів здатності самостійно аналізувати продукт, правильно обирати технології та інструменти просування ІТ-продукту (послуги) на ринок.

Формат курсу

Дисципліна передбачає проведення лекційних, лабораторних занять та консультацій. В межах електронного навчального курсу в системі ATutor розміщено лекційний матеріал, лабораторні роботи, запитання для модульного та підсумкового контролю, відомості про критерії та систему оцінювання.

На початку навчального семестру студентам пропонується в межах вивчення дисципліни пройти навчання по курсу "Маркетинг ІТ-продуктів" від компанії Genesis, доступний в мережі Інтернет на платформі за посиланням <https://strum.education>. Даний курс включає в себе теоретичний матеріал (в форматі відеолекцій), практичне завдання (в форматі підготовки проєкту як спрощеної версії маркетингової стратегії виходу та просування ІТ-продукту на ринок) та контроль якості засвоєння матеріалу (в форматі тестування). Термін проходження курсу - до завершення навчального семестру. Отримані студентами сертифікати про завершення курсу є результатом отримання знань, що відповідає неформальній освіті, і є підставою для звільнення їх від виконання лабораторних робіт, передбачених робочою програмою дисципліни Інтернет-маркетинг. При цьому сума набраних балів за лабораторні заняття, яка включається в підсумкову семестрову оцінку, зараховується студентам пропорційно до кількості набраних ними балів під-час проходження курсу "Маркетинг ІТ-продуктів" від компанії Genesis.

Загальні:

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК6. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК8. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК9. Здатність працювати в команді.
- ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК12. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Компетентності ОП	Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК): СК5. Здатність здійснювати формалізований опис задач дослідження операцій в організаційно-технічних і соціально-економічних системах різного призначення, визначати їх оптимальні розв'язки, будувати моделі оптимального управління з урахуванням змін економічної ситуації, оптимізувати процеси управління в системах різного призначення та рівня ієрархії. 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. СК7. Здатність застосовувати теоретичні та практичні основи методології та технології моделювання для дослідження характеристик і поведінки складних об'єктів і систем, проводити обчислювальні експерименти з обробкою й аналізом результатів. 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.
Програмні результати навчання з ОП	ПР1. Застосовувати знання основних форм і законів абстрактно-логічного мислення, основ методології наукового пізнання, форм і методів вилучення, аналізу, обробки та синтезу інформації в предметній області комп'ютерних наук. 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 курсу	Очна (денна) форма здобуття освіти: Кількість кредитів ECTS — 4,0; лекції — 18 год.; лабораторні заняття — 36 год.; самостійна робота — 66 год.; Заочна форма здобуття освіти: Кількість кредитів ECTS — 4; лекції — 8 год.; лабораторні заняття — 6 год.; самостійна робота — 106 год.;
Ознаки курсу	Рік навчання — 3; семестр — 6; Обов'язкова (для здобувачів інших ОП може бути вибірковою) дисципліна; кількість модулів — 2;
Форма контролю	Поточний контроль: модульне тестування, захист виконаних лабораторних робіт Підсумковий контроль: екзамен

Компетентності та дисципліни, що є передумовою для вивчення	вміння здійснювати пошук інформації в мережі Інтернет, дисципліни: сучасні пошукові системи та бібліографія, математичні методи дослідження операцій
Матеріально-технічне та/або інформаційне забезпечення	ПК для роботи студентів, доступ до мережі Інтернет.

СТРУКТУРА КУРСУ

	Годин	
	ОФЗО	ЗФЗО
Лекційний курс		
Тема 1. Інтернет-маркетинг: суть, дефініції, історія та тенденції розвитку, особливості професії інтернет-маркетолога. Суть та дефініції терміну «Інтернет-маркетингу». Історія та тенденція розвитку Інтернет-маркетингу. Основні інструменти інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетолог – престижна і прибуткова професія. Топ-10 трендів інтернет-маркетингу.	2	1
Тема 2. Портрет клієнта. Формування та управління лійкою продажу для підвищення ефективності бізнесу. Маркетингові дослідження. Їх доцільність та регулярність. Бізнес-модель та її зв'язок із стратегією підприємства. Бізнес-модель CANVAS. «Портрет» клієнта. Формування та управління лійкою продажу для підвищення ефективності бізнесу.	2	1
Тема 3. Інтеграція офлайн та онлайн маркетингу. Стратегічне планування інтернет-маркетингу. Необхідність проведення SWOT-аналізу. Інтеграція офлайн та онлайн маркетингу. Стратегія та стратегічне планування інтернет-маркетингу (онлайн просування). Загальні рекомендації щодо розробки стратегії комплексного інтернет-маркетингу.	2	1
Тема 4. Аналітичний маркетинг (Веб-аналітика). Основні поняття, принципи та методи веб-аналітики. Інструменти веб-аналітики. Система Інтернет-статистики – Google Analytics.	2	1

Теми занять, короткий зміст

Тема 5. Пошуковий маркетинг (Search engine marketing (SEM)). Поняття пошукового маркетингу (Search engine marketing (SEM)). Просування в пошукових системах (SEO-оптимізація). Базові принципи SEO. Семантичне ядро сайту. Внутрішня і зовнішня оптимізація сайту. Чорний, сірий та білий SEO.	4	1
Тема 6. Маркетинг соціальних зв'язків (Social media marketing (SMM)). Історія та інструменти SMM. Основи вдалого SMM. Відмінність SEO від SMO та SMO від SMM. SMM спеціаліст та його «помічники». Основні помилки SMM-фахівця. Цікаві факти про Facebook. Дев'ять перевірених шаблонів для створення рекламного оголошення в FACEBOOK з високим ROI. Характеристика Instagram. Чи є продажі в Інстаграм. Характеристика YouTube.	4	2
Тема 7. Основи мобільного маркетингу. Е-mail-маркетинг. Основи мобільного маркетингу. Е-mail-маркетинг. Управління репутацією та Інтернет брендування. Аналіз ефективності застосування інструментів інтернет-маркетингу.	2	1
РАЗОМ:	18	8
Лабораторний практикум (теми) ОФЗО ЗФЗО Годин		
Лабораторна робота № 1. Основні поняття та інструментарій інтернет-маркетингу.	4	1
Лабораторна робота № 2. Створення вебсайту для бізнесу з можливістю SEO та вебаналітики.	8	1
Лабораторна робота № 3. Аналіз зручності користування (юзабіліту аудит) вебсайту для бізнесу.	6	1
Лабораторна робота № 4. SEO-оптимізація та формування семантичного ядра вебсайту.	8	1
Лабораторна робота № 5. Створення бізнес-сторінки в мережі Facebook.	6	1
Лабораторна робота № 6. Створення чат-бота.	4	1
РАЗОМ:	36	6

ІНШІ ВИДИ РОБІТ

Теми, короткий зміст

Самостійна робота студента включає опрацювання теоретичного матеріалу за допомогою рекомендованих літературних та Інтернет-джерел по темах лекційних занять.

Крім того, до самостійної роботи також належать підготовка до захисту лабораторних робіт і підготовка до складання змістових модулів та екзамену.

Інформаційні джерела для вивчення курсу

Базова

Основи маркетингу:

1. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. ISBN: 978-1-119-34120-8 December 2016 208 Pages.
2. Олексій Філановський «Карго-маркетинг і Україна» / Cargo marketing and Ukraine. Видавництво, Фабула; Сторінок, 144; Рік, 2021.
3. Філановський Олексій. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх / пер. з рос. Ольга Дубчак. – К.: Наш формат, 2019. – 176 с. ISBN 978-617-7730-41-4 (паперове видання), ISBN 978-617-7730-42-1 (електронне видання).

Стратегічний маркетинг

4. В. Чан КимРене Моборн. Стратегія Блакитного Океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції / Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. 2019. 270 с.
5. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. OSF, 2010 - 278 p.
6. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Patricia Papadacos, Gregory Bernarda, Alan Smith, Nguyễn Thụy Khánh Chương (Translator). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. 290 pages. First published September 16, 2013.
7. David J. Bland, Alexander Osterwalder, Alan Smith. Testing Business Ideas: How to Get Fast Customer Feedback, Iterate Faster and Scale Sooner. 2019, 348 p.
8. Austin Kleon Keep Going 10 Ways to Stay Creative in Good Times and Bad, 2019. 224 p.
9. Ed Catmull, Amy Wallace. Creativity, Inc. Overcoming the Unseen Forces That Stand in the Way of True Inspiration | 2023. 340 p.
10. Yarin Kimor. The Magic Of Creative Thinking Tools and Tricks to Break Thinking Patterns and Make the Impossible Possible | 2021. 305 p.
11. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку : пер. з англ М. Черник. Київ : Віват, 2020. 288 с.

Література для SEO-фахівців:

12. Steven Levy. In the Plex: How Google Thinks, Works, and Shapes Our Lives Paperback – February 2, 2021. 464.
13. Спенсер, Стефан, Ерік Енж, Ренд Фішкін, та Джессі Стрикчіола. SEO – мистецтво розкрутки сайтів» для початківців.
14. Енциклопедія пошукового просування Ingate : видання 2-е. ІП Андросов, 2017. 541 с. : іл. URL: <https://prosufler.com/quests/ru/seo-seo-gejdelbergmangejm-poiskovaa-optimizacia-sunrise-web-amp-marketing.htm>

Книги з веб-аналітики

15. Комплексна веб-аналітика: нове життя вшого сайту : Безкоштовне електронне видання. Колектив авторів під редакцією Анастасії Крилової.ТОВ «Інгейт Реклама», 2015
16. Google AdWords: контекстна реклама для вашого сайту. Безкоштовне електронне видання. ТОВ «Інтернет-маркетинг», 2016.
17. Свіствуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними : пер. О. Асташова. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.

Література з SMM

18. Олександр Фідкевич. Як начинити гадюку салом. Видавництво : Книголав. 2023. 256 р.
19. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж : пер. з англ Я. Лебеденко. Київ : Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля", 2019. 320 с.
20. Сонг, Еймі. Знайди свій стиль. Як створити персональний бренд в Instagram. Наш Формат. 2020. 200 р.
21. Дмитро Кудряшов, Євген Козлов. Адміністратор Instagram. Керівництво із заробітку. Book Chef. 320 р.

Книги зі створення контенту

22. Денис Каплунов. Нейрокопірайтинг. Фабула. 2018. 352 р.

23. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків : Фабула, 2019. 352 с.

Інформаційні ресурси

1. Електронний навчальний курс «Інтернет маркетинг» ідентифікаційний номер (ID: 4411)

2. Fundamentals of digital marketing. <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/654330-digital-marketing?locale=en-GB>

3. <https://www.coursera.org/professional-certificates/google-digital-marketing-ecommerce#courses>

Політики курсу

Політика контролю	Використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування; тестування; виконання індивідуальних завдань та презентацій; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.
Політика щодо консультування	Консультації при вивченні дисципліни проводяться згідно затвердженого на кафедрі КН. Консультування передбачено як очно ,так і з використанням ресурсів електронного навчального курсу у середовищі електронного навчання університету.
Політика щодо перескладання	Студент має право на повторне складання модульного контролю з метою підвищення рейтингу протягом тижня після складання модульного контролю за графіком. Перескладання екзамену відбувається в терміни, визначені графіком освітнього процесу. Здобувач ВО має право на зарахування результатів навчання здобутих у неформальній чи інформальній освіті.
Політика щодо академічної доброчесності	При складанні усіх видів контролю у середовищі електронного навчання завжди активується система розпізнавання особи, що складає контроль. Усі практичні роботи у ЕНК перевіряються вбудованою системою Антиплагіат. При складанні усіх форм контролю забороняється списування, у тому числі з використанням сучасних інформаційних технологій.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим компонентом освітнього процесу. За наявності поважних причин (наприклад, хвороба, особливі потреби, відрядження, сімейні обставини, участь у програмах академічної мобільності тощо) навчання може здійснюватися за індивідуальним графіком, погодженим з деканом факультету.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Розподіл балів, які отримують студенти за курс

Модуль 1			Модуль 2			Підсумковий контроль		Разом з дисципліни
Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота			Теоретичний курс	Практичне завдання	100
Теоретичний курс (тестування)	Лабораторна робота		Теоретичний курс (тестування)	Лабораторна робота				
21	17		20	17		15	10	
№ лекції	Види робіт	К-ть балів	№ лекції	Види робіт	К-ть балів			
Тема 1	Лабораторна робота №1	5	Тема 5	Лабораторна робота №4	6			
Тема 2			Тема 6	Лабораторна робота №5	6			
Тема 3	Лабораторна робота №2	6	Тема 7	Лабораторна робота №6	5			
Тема 4	Лабораторна робота №3	6						

Розподіл оцінок

Сума балів за навчальну діяльність	Шкала ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
75-81	C	Добре
67-74	D	Задовільно
60-66	E	Задовільно
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Затверджено рішенням кафедри КН, протокол №1 від «26» серпня 2024 року.
ПОГОДЖЕНО
Гарант освітньої програми канд. техн. наук, доцент кафедри КН
Леся ДМИТРОЦА