



КАФЕДРА  
МАРКЕТИНГУ



Навчальна дисципліна:

## **Інтернет маркетинг**

Вид навчально-методичного забезпечення:

## **Силабус курсу**

**для здобувачів** першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
**освітньо-професійної програми**  
Маркетинг

**Галузь знань:**

07 Управління та адміністрування

**Спеціальності:**

075 Маркетинг

**Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом

**Рік навчання:** III, **Семестр:** VI

**Кількість кредитів:** 4

**Мова викладання:** українська

**Керівник курсу**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу Луцького національного  
технічного університету

**Лорві Ірина Федорівна**

Контактна інформація: [i.lorvi@Intu.edu.ua](mailto:i.lorvi@Intu.edu.ua)

## Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Інтернет маркетинг» забезпечує засвоєння знань з основ сучасного інтернет-маркетингу, набуття компетентностей щодо організації та проведення заходів інтернет-маркетингу та оцінки їх ефективності.

Основні завдання навчальної дисципліни «Інтернет маркетинг»: забезпечити студентів необхідними знаннями в галузі планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет; формувати вміння і навичок використання інструментів інтернет маркетингу при веденні підприємницької діяльності; навчити студентів застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи і технології в своїй професійній діяльності; сформувати розуміння та усвідомлення студентами Інтернету як засобу комунікації в сфері масових інтеграційних систем; ознайомити студентів із можливостями, ключовими технологіями комунікаційної роботи в Інтернеті в контексті завдань, які стоять перед фахівцем з реклами та зв'язків із громадськістю; навчити студентів базовим навичкам комунікаційної роботи в Інтернеті; сформувати вміння та навички роботи з пошуковими системами; вивчити основні види реклами та PR-діяльності в Інтернеті; ознайомити студентів з написаннями та специфікою електронних видань та публікацій; сформувати в студентів розуміння прикладних комунікаційних інструментів Інтернету

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля № 1 «Основи Інтернет маркетингу».
- навчального модуля № 2 «Напрямки реалізації Інтернет маркетингу».

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

## Структура курсу

Години (лек. / лаб.)	Тема	Результати навчання	Завдання
1	2	3	4
<b>Навчальний модуль № 1 «Основи Інтернет маркетингу»</b>			
4 / 4	1. Сутність та структура інтернет маркетингу	Розуміти сутність та структуру Інтернет маркетингу. Знати понятійний та категорійний апарат щодо обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків на підприємстві під час використання інформаційних технологій. Визначати оптимальні маркетингові рішення за умов використання інформаційних технологій.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання
4 / 4	2. Маркетингові дослідження в мережі Інтернет	Знати сучасні методи здійснення маркетингових досліджень із використанням інформаційних технологій. Вміти проводити маркетингові дослідження (збір вторинної (он-лайн та офф-лайн) інформації та первинної інформації). Прогнозувати управлінські та маркетингові рішення на основі маркетингових досліджень в мережі Інтернет.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання
6 / 6	3. Інтернет технології в системі маркетингових комунікацій	Знати та вміти використовувати інтернет маркетингові комунікації. Вміти створювати оригінальний та креативний контент (реклама, банер та інше). Формулювати цілі рекламної кампанії в Інтернет з позиції одержання прибутку і/чи зниження витрат.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання

1	2	3	4
<b>Навчальний модуль № 2 «Напрямки реалізації інтернет маркетингу»</b>			
4 / 4	4. Технології розробки та пошукового просування сайтів.	Знати основні етапи створення сайту та його розміщення. Формувати навички з просування та підтримки сайтів у сучасних умовах розвитку електронного бізнесу.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання
4 / 4	5. Особливості просування у популярних соціальних мережах	Розуміти місце стратегії SMM в маркетингові стратегії підприємства. Розуміти тунелі продажів у месенджерах. Вміти складати прес-реліз про подію або захід за допомогою додаткових інструментів по залученню клієнтів (SMM, SMO). Вміти розробляти цілі та стратегію просування в соціальних мережах.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання
4 / 4	6. Електронна комерція	Розуміти принципи функціонування електронного бізнесу та знати переваги та недоліки електронного бізнесу. Здійснювати порівняльний аналіз електронної комерції з традиційною комерцією. Створювати план організації електронного магазину та аналізувати доцільність його впровадження. Розрізняти види електронних платіжних систем.	Питання, тести, ситуаційні завдання, лабораторні завдання
4 / 4	7. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет	Розуміти критерії якості та ефективності обґрунтування маркетингових рішень за умов використання інструментарію Інтернет-маркетингу. Здійснювати оцінювання ефективності маркетингової діяльності в Інтернет. Формувати напрями підвищення ефективності маркетингових та управлінських рішень.	Питання, тести, розрахункові завдання, лабораторні завдання

### Літературні джерела

1. Цифровий маркетинг [Текст]: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Маркетинг» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг та 073 Менеджмент денної та заочної форм навчання / уклад. О.М. Клімович – Луцьк: ЛНТУ, 2019. - 84 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – К, КМ-Букс. - 2018 с.
3. Крикавський Є. В., Дейнега О.В., Дейнега І.О., Шелюк Л. О., Кратт О. А., Патора Р. Маркетингова інформація : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 416 с.
4. Вирин Ф. Інтернет&маркетинг: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо 210. 224 с.
5. Литовченко І.Л., Пилипчук В. П. Інтернет&маркетинг : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
6. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
7. Ромат Є.В., Микало О.І. Продакт плейсмент : навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 300 с.
8. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. ЦУЛ, 2017. 536 с.

## Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. <http://www.nbuv.gov.ua/> – Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського
2. <http://www.uam.kneu.kiev.ua/ukr/index.php> - Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета»
3. <http://www.mgmt.ru/index.html> - журнал «Маркетинг менеджмент»
4. <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/> - журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій»
5. URL: <http://www.marketingclub.org.ua>. - Клуб маркетологов MarketingJazz
6. <http://www.adcoalition.org.ua/> - Всеукраїнська рекламна коаліція

## Політика оцінювання

### – Політика щодо дедлайнів та перескладання:

Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-50 % від оцінювання). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

### – Політика щодо академічної доброчесності:

Списування під час модульних контрольних робіт та заліку заборонені (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв).

### – 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 (<http://mdl.lntu.edu.ua>) за погодженням із керівником курсу.

## Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Опитування під час занять та виконання практичних завдань	40
Модуль 1 (теми 1-3) – модульна контрольна робота	30
Модуль 2 (теми 4-7) – модульна контрольна робота	30
Залік (теми 1-7) – питання, тести, завдання	60

### Шкала оцінювання студентів:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для заліку	
90 – 100	A	зараховано	Відмінно, повні і глибокі знання
82-89	B		Дуже добре
74-81	C		Добре
64-73	D		Задовільно
60-63	E		Достатньо
35-59	FX	незараховано з можливістю повторного складання	Незадовільно, потрібно додаткова робота
0-34	F	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Незадовільно, потрібна значна додаткова робота