

Силабус навчальної дисципліни
«Інтернет Маркетинг»

Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	061.010 "Реклама і зв'язки з громадськістю"
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) освітній рівень
Статус дисципліни	Базова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 5 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	управління соціальними комунікаціями, ауд. 202 (корп. 1); (057 702-18-37; mediaprad.blogspot.com)
Викладач (-і)	Салюк Антон Петрович
Контактна інформація викладача (-ів)	antin.saliuk@gmail.com
Дні занять	Лекція – п'ятниця; практичні заняття – понеділок, п'ятниця
Консультації	Середа о 12.10 год.; очні / дистанційні; відповідно до графіку; індивідуальні / групові
Мета навчальної дисципліни	
розуміння студентами сутності Інтернет-маркетингу, електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної ко-мерції у корпоративному та у споживчому секторі.	
Передумови для навчання	
"Основи маркетингу"; "Соціологія"; "Подієвий PR"	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Основні поняття Інтернет-маркетингу та електронного бізнесу	
Тема 1. Розвиток інформаційної економіки в умовах побудови інформаційного суспільства.	
Тема 2. Сутність Інтернет-маркетингу	
Тема 3. Поняття Інтернет-реклами та її значення.	
Тема 4. Створення, просування та підтримка сайтів	
Тема 5. Основні поняття електронного бізнесу. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу.	
Тема 6. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Порівняння електронної комерції з традиційною торгівлею.	
Тема 7. Маркетингові дослідження в Інтернет, як складова Інтернет-маркетингу.	
Змістовий модуль 2. Система Інтернет-маркетингу у споживчому секторі	
Тема 8. Системи електронної комерції у корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція.	
Тема 9. Системи електронної комерції у споживчому секторі: торгові ряди, Інтернет-вітрини, Інтернет-магазини, послуги і Інтернеті.	
Тема 10. Електронні платіжні системи.	
Тема 11. Поняття і структура Інтернет-стратегії підприємства.	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
Мультимедійне обладнання для перегляду відеоматеріалів та презентацій	

**Сторінка курсу на платформі Moodle
(персональна навчальна система)**

Лекції; контрольні питання; завдання; основна і додаткова література до лекційного матеріалу;
<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5047>

Рекомендовані джерела

Основна

1. Алексунин В. *Електронная коммерция и маркетинг в Интернете* / В. Алексунин, В. Родигина. - М.: Даишков и Ко, 2005. - 216 с.
2. Бруннер М. *Принципы электронного бизнеса* / М. Бруннер - М.: Мир электронной коммерции, 2000. - 453 с.
3. Дергачова В.В. *Глобалізація бізнесу та Інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: монографія* / В. В. Дергачова, О. О. Скибіна / Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк, 2007. - 216 с.
4. Калинина А. Э. *Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учеб. пособие для студентов вузов* / А. Э. Калинина - Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2004. - 146 с.
5. Кеглер Т. *Реклама и маркетинг в Интернете* / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Постерман. [пер. с англ.]. - М.: Альпина Паблишер, 2003. – 234 с.
6. Конопляникова М. А. *Послугування Internet як каналом маркетингових комунікацій* / М. А. Конопляникова // *Маркетинг в Україні*. - 2002. - № 4. - С. 19-23.
7. Литовченко І. Л. *Интернет-маркетинг: навчальний посібник* / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 184 с.
8. Пушкарь А. И. *Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы)* / А. И. Пушкарь, Е. Н. Грабовский, Е. В. Пономаренко. - Харьков: ХНЭУ, 2005. - 487 с.
9. Юрасов, Алексей Владимирович. *Интернет-маркетинг* / А. В. Юрасов, А. В. Иванов ; под ред. А. В. Юрасова. - М. : Горячая линия-Телеком, 2011. - 246 с. : ил.

Додаткова

10. Птащенко О. В. *Підвищенні ефективності збутової політики підприємства через використання Інтернет-маркетингу* / О. В. Птащенко // *Кримський економічний вісник, науковий журнал*. – Вид.: ТОВ «Видавничий дім «Гельветика», Сімферополь, 2013. – 2 (03) квітень 2013. Частина II – С. 113-117.
11. Птащенко О. В. *Интернет-маркетинг в системі управління збутом підприємства* // О. В. Птащенко / *Управління розвитком*. – Харків, ХНЕУ, 2013. – №2 (142). – С. 81-83.
12. Птащенко О. В. *Розвиток моделей комунікацій в мережі Інтернет* / О. В. Птащенко, К. І. Акулова // *Науковий журнал «Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції»*. – Херсон, ХНТУ, 2015. - №19 (7) 2015. – С. 39-41.
13. Птащенко О. В. *Удосконалення іміджу підприємства сфери послуг за рахунок сучасних інформаційних інструментів* / О. В. Птащенко // *Науковий журнал «Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції»*. – Херсон, ХНТУ, 2015. - №16 (5) 2015. – С. 121-125.

Система оцінювання результатів навчання

Поточний контроль здійснюється на лекційних, практичних заняттях і оцінюється сумою набраних балів. Підсумкову оцінку з навчальної дисципліни розраховують із урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою (максимальна сума – 100 б.; мінім. Сума що дозволяє студенту отримати залік 60 б.) Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Аудиторна групова робота	12
Активна робота на парі	8

Домашнє завдання (доповідь)		15	
Презентація		20	
Модульна контрольна робота		30	
Колоквіум (творче завдання)		15	
Максимальна кількість балів		100	
Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		
Політики навчальної дисципліни			
<p><i>Порушення академічної доброчесності вважається: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми. Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5047)</i></p>			

Силабус затверджено на засіданні кафедри «25» серпня 2020 р. Протокол № 1