

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Цифровий маркетинг та електронна комерція

Статус дисципліни – вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Пономаренко І.В., доцент.

Рекомендовано – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити, кореквізити, постреквізити): ділова українська мова, маркетинг, статистика, управління поведінкою споживачів, CRM-системи в бізнесі.

1. Анотація курсу:

Обсяг: загальна кількість годин – 180, з них: лекції – 12 год., практичні – 24 год., самостійна робота студента – 144 год.; кількість кредитів ЄКТС – 6.

Мета курсу – набуття компетентностей: здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та застосовування знань у практичних ситуаціях; генерувати нові ідеї (креативність, бути критичним і самокритичним, знання та розуміння предметної області і професійної діяльності з можливостями проведення маркетингових досліджень на відповідному рівні, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, застосування інформаційних і комунікаційних технологій; вчитися і оволодівати сучасними знаннями, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення та працювати в команді, виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети; соціально відповідально та свідомо, здатність формувати маркетингово-аналітичну інформацію для ефективного управління діяльністю підприємства, здатність здійснення маркетингових процедур із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій, здатність застосовувати та формувати інформаційне забезпечення управління підприємством з використанням сучасного технічного та методичного інструментарію, здатність до формування інформації для контролю за своєчасністю розрахунків з маркетинговими контр-агентами, здатність до оволодіння теоретичними основами та практичними навиками щодо організації та функціонування маркетингових агенцій в розрізі видів маркетингових послуг, які вони надають.

Результати навчання дисципліни:

знати: ілюструвати результати проведених досліджень перед аудиторією та організувати їх обговорення. Проявляти самостійність і відповідальність у роботі, професійну повагу до етичних принципів, демонструвати повагу до індивідуального та культурного різноманіття, значення облікової, аналітичної, контрольної, податкової та статистичної систем в інформаційному забезпеченні користувачів маркетингово-аналітичної інформації у вирішенні проблем в сфері соціальної, економічної і екологічної відповідальності підприємств, установ, організацій, методичний інструментарій обліку, аналізу, контролю, аудиту маркетингової діяльності підприємств, здатність володіти навичками роботи з комп'ютером, використовувати інформаційні технології для здійснення маркетингових процедур із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій, здатність нести відповідальність за розвиток професійних знань та демонструвати вправність у володінні іноземною діловою мовою;

вміти: використовувати теоретичні, організаційні та методичні засади маркетингу, використовувати знання та розуміння спеціальних розділів на вибір студента: маркетинг в галузях економіки, маркетинг в зарубіжних країнах, маркетинг зовнішньоекономічної діяльності, міжнародний маркетинг, маркетинг у банках, маркетинг в бюджетних установах з метою майбутньої спеціалізації та освоєння міждисциплінарних підходів, ПРН17 застосовувати спеціалізовані інформаційні системи і комп'ютерні технології для маркетингової діяльності, усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння його ринкового позиціонування;

здатен продемонструвати: демонструвати навички володіння загальнонауковими та спеціальними методами дослідження економічних явищ і процесів суб'єктів господарювання, підприємств (організацій) банківської та бюджетної сфери, обґрунтовувати ефективність прийняття рішення з використанням маркетингового-аналітичної інформації та розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством;

володіти навичками: володіти та застосовувати знання української мови, іноземної мови для формування ділових паперів і спілкування у професійній діяльності, аналізувати розвиток системи і моделей маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях з урахуванням професійного світогляду, виконувати професійні функції з урахуванням

безпеки життєдіяльності, соціального захисту населення;
самостійно вирішувати: задачі застосовування комунікаційних та інформаційних технологій в процесі підготовки, прийняття та впровадження управлінських рішень; задачі стосовно організації системи цифрових комунікацій в організації.

Зміст дисципліни: Тема 1. Основні поняття електронного бізнесу й електронної комерції. Тема 2. Електронна комерція як складова електронного бізнесу. Тема 3. Основи функціонування глобальної комп'ютерної мережі Internet. Тема 4. Система електронної комерції в корпоративному секторі: корпоративні представництва в Інтернеті, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори, мобільна комерція. Тема 5. Електронні платіжні системи. Тема 6. Сутність цифрового маркетингу. Тема 7. Оптимізація для пошукових систем. Тема 8. Веб-аналітика. Тема 9. Контекстна реклама. Тема 10. Email-маркетинг. Тема 11. Маркетинг у соціальних мережах. Тема 12. Мобільний маркетинг.

Форми підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, а саме: виступи на практичних заняттях, презентації; питання для поточного контролю, тести, питання для підсумкового контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота												МК	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	100

Розподіл балів з дисципліни

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Усього
Виступ на практичному занятті	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Презентації	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Поточний і модульний контроль	20						20						40
Всього з дисципліни													100

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР /заліку/	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/ зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/ зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/ зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/ незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1 Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;

- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2 Допускається визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті до 10 балів за проходження спеціалізованих курсів.

3.3 Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожний вид роботи, що оцінюються в балах.

3.4 В разі несвоєчасного виконання робіт знімаються бали згідно з тривалістю термінів затримки.

3.5 Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність).

- без поважних причин оцінюється зі зниженням балів.

3.6 При виявленні плагіату контрольні роботи не зараховуються, надається інша тема роботи.

3.7 Пропущені заняття відпрацьовуються у відповідності з графіком відпрацювання у другу половину дня.

3.8 Оскарження оцінювання здійснюється на підставі заяви декану факультету шляхом створення на кафедрі комісії у складі завідувача та двох викладачів кафедри.