

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	075 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма Маркетинг
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4,0 Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 24 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	Навчально науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Писаренко Володимир , д.е.н., професор <i>Контакти:</i> ауд. 471 (навчальний корпус № 4) e-mail: volodymyr.pysarenko@pdau.edu.ua тел.: 0664420433 <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення навчальної дисципліни «Інтернет маркетинг» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін: «Маркетинговий аналіз», «Ділова іноземна мова».
Компетентності	<i>загальні:</i> ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. <i>фахові:</i> ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетенції з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд- сайти.
Програмні результати навчання	ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

	ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: лідерство; вміння працювати в критичних умовах (стресостійкість, збагачення емоційного інтелекту); здатність логічно й системно мислити; креативність; ефективний обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними інтересами (нетворкінг); діяти соціально відповідально та свідомо; діяти на основі етичних міркувань (мотивів); медіаграмотність тощо.	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Формування у студентів загальних і професійних компетентностей з основ інтернет-маркетингу, вивчення загальних принципів створення та ведення сучасних видів інтернет засобів у маркетинговій діяльності підприємств; отримання навичок роботи на реальних інтернет-маркетингових платформах.	
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу. Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі. Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті. Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень. Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій. Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу. Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні. Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції..	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ	
<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, «Мозковий штурм».</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i> методи самоконтролю: <i>самостійний пошук помилок; самооцінювання; самоаналіз.</i></p>	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання	Наведені у Додатку до силабусу
ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
- щодо термінів виконання та перекладання	Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Терміни виконання та перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті

	<p>http://surl.li/qhurvx та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/dcddab.</p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчій на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>- щодо академічної доброчесності</p>	<p>Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); 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. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: http://surl.li/irohph. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності http://surl.li/sbyeab та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.</p>
<p>- щодо відвідування занять</p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим.</p> <p>Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.</p>
<p>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</p>	<p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, здобутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Здобуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/britcc.</p>
<p>- щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу</p>

вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора факультету. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/blxujj>.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Дрокіна Н.І. Теоретико-методологічні засади функціонування механізму інтегрованого Інтернет-маркетингу: монографія. Дніпро: Середняк Т.К., 2020. 322 с.
2. Котлер Ф., Картайаджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 5.0: технології наступного покоління для залучення людей. Київ: Наш формат, 2022. 320 с.
3. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіа виробництво: промоція». Київ :ННІЖКНУ імені Тараса Шевченка, 2023.120с.
4. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
5. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волинь поліграф» 2022. 408 с.
6. Safavi, G., Ghazinoory, S. (2024). Creative bits: challenges of applying industry 4.0 in digital creative industries. *Multimed Tools Appl* <https://link.springer.com/article/10.1007/s11042-024-19701-y>.
7. Tevi, A., Parker, J., Koslow, S. Ang, L. (2024) Creative performance in professional advertising development: The role of ideation templates, consumer insight, and intrinsic motivation. *Journal of the Academy of Marketing Science* <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-024-01063-4>.

Допоміжні

8. Белкін І.В., Трапаїдзе С.М., Шевчук І.В. Аспекти сучасного маркетингу у діяльності підприємств агропромислового комплексу в умовах сьогодення. Актуальні питання у сучасній науці. Серія: Історія та археологія. 2024. № 4 (22). С. 304-319. DOI: [https://doi.org/10.52058/27866300-2024-4\(22\)-304-319](https://doi.org/10.52058/27866300-2024-4(22)-304-319).
9. Pysarenko V., Ponochohna O., Bahorka M., Voronyansky V. Data-centric formation of marketing logistic business model of vegetable market due to zonal specialization. *Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. 2020. vol. 3, no. 42. p. 23-49. Springer, Cham. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-35649-1_2
10. Писаренко В.В., Лядський І.К. Особливості просування соціально орієнтованих програм промислових підприємств у мережі інтернет. Вісник ХНАУ. Серія "Економічні науки" : зб. наук. пр. Харків: ХНАУ, 2020. № 1. С. 263-276
11. Pysarenko V.V, Zapsha H.M, Lyshenko M.O. Modeling of the financial and logistics management system of the capitalization of an innovative and safe business under marketing changes in the competitive international environment in conditions of digitalization. *Market Relations Development in Ukraine: Collection of scientific works*. 2022. Vol. 4, no. 251. P. 91–99. URL: <https://zenodo.org/record/6957308>
12. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ. 2020. 47 с.

Інформаційні ресурси

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
4. Електронний репозитарій ПДАУ. URL:<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>
5. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: www.me.gov.ua

6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.
7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;
9. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>.

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 3 вересня 2024 року № 1

Додаток до програми
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практич. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Презентація	Реферат	
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.	3	3	1			7
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.	3	3	1			7
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	3	3	1			7
Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.	3	3	1			7
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	3	3	1			7
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	3	3	1			7
Тема 7.Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	3	3	1			7
Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.	3	3	1			7
За будь якою темою на вибір, але не більше 2-х				10	12	22
За будь якою темою на вибір, але не більше 2-х				10	12	22
Разом	24	24	8	20	24	100

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал.

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
0-1	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-3	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-3 (по 0,3 балів за кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	вірно розкрито питання самостійної роботи; здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0	Питання не розкрито, здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
10-12	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації
4-7	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-3	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації..

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
5-8	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-4	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.