

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INTERNET

підготовки бакалаврів
денної форми здобуття освіти

освітньо-професійна програма Маркетинг

спеціальності 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

**ВИКЛАДАЧ: Очеретін Д. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,
Іванов С. М., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики**

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри економічної
кібернетики
Протокол № 1 від "25" серпня 2025 р.
Завідувач кафедри економічної кібернетики

Н.К. Максишко

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
Маркетинг
_____ І.М. Дашко

2025 рік



Зв'язок з викладачем:

E-mail: flydaiver@gmail.com

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13476>

Телефон: 0962400252

Інші засоби зв'язку: *Viber та Telegram за вказаним телефоном*

Кафедра: кафедра економічної кібернетики, ауд. 113, 5 корпус ЗНУ

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг у глобальній мережі INTERNET» є надання студентам уявлення про основи та особливості Інтернет-маркетингу й Інтернет-реклами, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових і рекламних інструментів в Інтернет-середовищі та формування у студентів уміння застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є основи організації маркетингу та реклами в Інтернет як середовищі, в якому вирішуються питання організації маркетингових досліджень, побудови товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики.

Об'єктом вивчення дисципліни є маркетингові і рекламні інструменти в Інтернет-середовищі.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Маркетинг у глобальній мережі INTERNET» є:

- оволодіти професійною термінологією в сфері Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами;
- ознайомитись з особливостями застосування маркетингових досліджень у Інтернет-середовищі;
- ознайомитись з основними інструментами, методами та засобами Інтернет-реклами;
- ознайомитись зі стимулюванням збуту, як формою просування товарів та послуг в Інтернет-середовищі;
- набути вмінь у організації зв'язків з громадськістю в Інтернеті, а також Інтернет-брендингу.

Відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми «Маркетинг»:

Пререквізити дисципліни. Навчальна дисципліна «Маркетинг у глобальній мережі INTERNET» ґрунтується на знаннях, отриманих під час курсу «Інформаційні технології в маркетингу» (ППС 12), оскільки використовує набуті компетенції у сфері цифрових маркетингових інструментів, аналізу споживчої поведінки та автоматизації маркетингових процесів.

Постреквізити дисципліни. Набуті студентами знання та компетентності з дисципліни «Маркетинг у глобальній мережі INTERNET» будуть важливі для проходження «Атестаційного екзамену» (ППС 23).

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Вибіркова	
Семестр	8 -й	–



Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість годин	120	
Лекційні заняття	32	–
Практичні заняття	16	–
Самостійна робота	72	–
Консультації	розклад проведення консультацій розміщено у нульовій секції дисципліни у Moodle ЗНУ, формат проведення – дистанційно у Zoom	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13476	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК16. Здатність створювати електронне тіло бізнесу та просувати його з використанням сучасних методів інтернет-маркетингу</p>	<p>Репродуктивні методи (лекція, пояснення, робота з методичними матеріалами).</p> <p>Дискусійні методи. Доповіді.</p> <p>Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо).</p>	<p>Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий.</p> <p>Практичні методи (практичні та контрольні завдання).</p> <p>Контрольні заходи: – практичні завдання; – теоретичне тестування; – залік.</p>
<p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН19. Демонструвати вміння та застосовувати сучасні підходи щодо створення цифрового тіла бізнесу та просування його за допомогою сучасних методів інтернет-маркетингу.</p>		



3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність Інтернет в маркетингу

Тема 1. Сутність Інтернет в маркетингу

Маркетингові можливості Інтернету для організації сучасної бізнес-практики. Визначення Інтернету та основні етапи його розвитку. Історія розвитку соціальних мережеских технологій. Формати діджитал-комунікації (web 1.0, web 2.0, web 3.0). Переваги соціальних мереж. Інструментарій соціальних мереж. Типологічна система класифікації соціальних мереж. Соціальні мережі. Блоги. Мікроблоги. Файлообмінники. Соціальні новинні мережі. Вікі-проекти. Сайти закладок. Віртуальні світи. Підкасти та водкасти. Мультиінструментальні ЗМІ. Функції соціальних мереж.

Визначення електронного бізнесу. Напрями електронного бізнесу. Основні бізнес-моделі. Електронний маркетинг та інтернет-маркетинг. Інструменти інтернет маркетингу. Специфіка реалізації функцій маркетингу в мережі Інтернет. Напрямки Інтернет-маркетингу, його особливості та відмінності від традиційного маркетингу. Актуальні напрями розвитку зв'язків із громадськістю в Інтернет.

Змістовий модуль 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі

Тема 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі

Особливості організації маркетингових досліджень в Інтернеті. Інструменти та засоби Інтернету, що застосовуються для проведення маркетингових досліджень. Джерела інформації. Методи збирання даних. Методи пошуку інформації в Інтернеті. Мережескі інформаційні ресурси, їх класифікація. Засоби пошуку в Інтернеті: пошукові машини, мета-засоби пошуку, спеціалізовані засоби пошуку, каталоги. Методи пошуку інформації. Пошук інформації за допомогою пошукових машин. Складання тезаурусу за законами Ципфа. Відбір пошукових систем. Складання та виконання запитів до пошукових машин. Аналіз ресурсів та збір інформації. Пошук інформації з використанням гіперпосилань. Проведення Інтернет-опитувань. Особливості Інтернет-опитувань. Етапи проведення Інтернет-опитувань: планування вибірки, вибір місця проведення, складання анкети. Рекомендації та вимоги до складання анкети. Збір маркетингової інформації про відвідувачів веб-сайтів. Методи ідентифікації користувачів. Методи отримання та обробки статистичних даних про поведінку користувачів на веб-сайті: лічильники, використання статистики, що надається постачальниками Інтернет-послуг. Приклади програм-аналізаторів. Методологія дослідження специфіки поведінки вітчизняних інтернет-користувачів та основні прогнози.

Змістовий модуль 3. Характеристика аудиторії у Інтернет

Тема 3. Характеристика аудиторії у Інтернет

Аудиторія Інтернет. Класифікація аудиторії Інтернет. Аудиторія Інтернет в Україні. Найвідоміші дослідницькі центри і агентства глобальної мережі. Соціодемографічні характеристики міжнародної аудиторії Інтернет. Особливості розвитку української аудиторії Інтернет. Напрями використання мережі Інтернет у різних країнах світу.

Методологічні основи проведення рекламної кампанії в Інтернет. Реєстрація веб-сервера в каталогах і пошукових системах. Поняття Інтернет-реклами та її види. Основні характеристики Інтернет-реклами. Оптимізація бюджету. Метрики для вимірювання рекламної кампанії. Специфіка роботи з агенціями Інтернет-реклами. Вірусний маркетинг. Advergaming. Банерна реклама як ефективний засіб Інтернет-маркетингу. Медійна (банерна) реклама. Контекстна реклама. Реклама у RSS-каналах. Основні вимоги до створення банерної реклами.



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

Маркетинг у глобальній мережі INTERNET

Електронна пошта як важливий маркетинговий інструмент популяризації підприємства. Маркетинг із використанням конференції UseNet і реклами на дошках оголошень. Класифікація і типові інструменти комунікаційних кампаній в Інтернет.

Змістовий модуль 4. Методи просування у середовищі Інтернет

Тема 4. Стратегія роботи організації у соціальних мережах

Переваги соціальних мереж. Функції менеджера соціальних мереж. Призначення Стратегії роботи у соціальних мережах. Розроблення Стратегії роботи у соціальних мережах. Вибір соціальних платформ для організації: Facebook, Instagram, X, YouTube, Telegram. Створення, налаштування і керування обліковими записами у соціальних мережах. Планування, створення і курування контенту.

Тема 5. Основи Social Media Marketing (SMM)

Ефективність та неефективність SMM. Задачі SMM-кампанії: продажі, брендинг, трафік, нейтралізація негативу, персональний брендинг. Алгоритм розробки просування у соціальних мережах. Визначення цільової аудиторії. Визначення ключових задач кампанії. Підбір площадок з високою концентрацією цільової аудиторії. Визначення поведінкових особливостей аудиторії. Розробка контентної стратегії. Визначення системи метрик. Визначення необхідних ресурсів. Розробка календарного плану. Оцінка ефективності і корекція кампанії. Правила запуску кампанії у Social Media Marketing.

Тема 6. Особливості залучення аудиторії та кампанії у соціальних мережах.

Партнерський маркетинг. Ремаркетинг. Рекомендації щодо залучення аудиторії. Етикет спілкування у соціальних мережах. Орієнтація на аудиторію, партнерів та впливових осіб. Кампанія у соціальних мережах. Використання соціальних мереж для подолання кризи. Пошук працівників у соціальних мережах. Внутрішня комунікація у соціальних мережах.

Змістовий модуль 5. Маркетингова політика в Інтернет

Тема 7. Маркетингова політика в Інтернет.

Комунікаційні характеристики середовища Інтернет. Загальні особливості комунікаційного середовища Інтернету. Можливості використання моделей комунікації в мережі для ведення маркетингової діяльності. Врахування властивостей середовища Інтернету при побудові системи маркетингу. Характеристика основних аргументів виходу засобів масової інформації в середовище Інтернету. Концепція маркетингу в середовищі Інтернет. Товар і товарна політика. Ціна і цінова політика. Система розподілу та збутова політика. Комплекс маркетингових комунікацій. Сервісне обслуговування і підтримка споживачів. Конкуренція. Особливості та переваги Інтернету в маркетингу.

Змістовий модуль 6. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет

Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет

Ефективність реклами в Інтернеті. Комплексний метод оцінки ефективних рішень у рекламній діяльності. Характеристика методів ціноутворення на рекламування веб-сервера підприємства. Визначення ефективності побудови системи маркетингу в середовищі Інтернету. Сутність веб-аналітики як інструменту Інтернет-маркетингу. Маркетинговий аналіз веб-сайту компанії.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Лекція 1-2	Тема 1. Сутність Інтернет в маркетингу	4	–	<i>тижні 1-2</i>
Практичне заняття 1	Тема 1. Сутність Інтернет в маркетингу Перелік питань: Функції соціальних мереж. Інструменти інтернет маркетингу. Специфіка реалізації функцій маркетингу в мережі Інтернет. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести	2		<i>тиждень 2</i>
Самостійна робота 1	Тема 1. Сутність Інтернет в маркетингу Перелік питань: Напрямки Інтернет-маркетингу, його особливості та відмінності від традиційного маркетингу. Завдання: пошук та вивчення інформації	10	–	<i>за розкладом</i>
Лекція 3-4	Тема 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі	4	–	<i>тижні 3-4</i>
Практичне заняття 2	Тема 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі Перелік питань: Особливості Інтернет-опитувань. Етапи проведення Інтернет-опитувань: планування вибірки, вибір місця проведення, складання анкети. Рекомендації та вимоги до складання анкети. Збір маркетингової інформації про відвідувачів веб-сайтів. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести	2	–	<i>тиждень 4</i>
Самостійна робота 2	Тема 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі Перелік питань: Методи ідентифікації користувачів. Методи отримання та обробки статистичних даних про поведінку користувачів на веб-сайті: лічильники, використання статистики, що надається постачальниками Інтернет-послуг. Приклади програм-аналізаторів. Методологія дослідження специфіки поведінки вітчизняних інтернет-користувачів та основні прогнози. Завдання: пошук та вивчення інформації	12	–	<i>за розкладом</i>
Лекція 5-7	Тема 3. Характеристика аудиторії у Інтернет	6	–	<i>тижні 5-7</i>
Практичне заняття 3-4	Тема 3. Характеристика аудиторії у Інтернет Перелік питань: Методологічні основи проведення рекламної кампанії в Інтернет. Поняття Інтернет-реклами та її види. Основні характеристики Інтернет-реклами. Оптимізація бюджету. Метрики для	2	–	<i>тижні 6, 8</i>

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



	вимірювання рекламної кампанії. Вірусний маркетинг. Advergaming. Банерна реклама як ефективний засіб Інтернет-маркетингу .Медійна (банерна) реклама. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести			
Самостійна робота 3	Тема 3. Характеристика аудиторії у Інтернет Перелік питань: Основні вимоги до створення банерної реклами. Класифікація і типові інструменти комунікаційних кампаній в Інтернет. Завдання: пошук та вивчення інформації	12	–	<i>за розкладом</i>
Лекція 8	Тема 4. Стратегія роботи організації у соціальних мережах	2		<i>тиждень 8</i>
Лекція 9	Тема 5. Основи Social Media Marketing (SMM)	2		<i>тиждень 9</i>
Лекція 10	Тема 6. Особливості залучення аудиторії та кампанії у соціальних мережах	2		<i>тиждень 10</i>
Практичне заняття 5	Тема 5. Основи Social Media Marketing (SMM) Перелік питань: Визначення цільової аудиторії. Визначення ключових задач кампанії. Підбір площадок з високою концентрацією цільової аудиторії. Визначення поведінкових особливостей аудиторії. Розробка контентної стратегії. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести	2	–	<i>тиждень 10</i>
Самостійна робота 4	Тема 4. Стратегія роботи організації у соціальних мережах Перелік питань: Вибір соціальних платформ для організації: Facebook, Instagram, X, YouTube, Telegram. Створення, налаштування і керування обліковими записами у соціальних мережах. Планування, створення і курування контенту. Тема 5. Основи Social Media Marketing (SMM) Перелік питань: Визначення системи метрик. Визначення необхідних ресурсів. Розробка календарного плану. Оцінка ефективності і корекція кампанії. Правила запуску кампанії у Social Media Marketing. Тема 6. Особливості залучення аудиторії та кампанії у соціальних мережах Перелік питань: Використання соціальних мереж для подолання кризи. Пошук працівників у соціальних мережах. Внутрішня комунікація у соціальних мережах.	16	–	<i>за розкладом</i>



ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Силабус навчальної дисципліни

Маркетинг у глобальній мережі INTERNET

	Завдання: пошук та вивчення інформації			
Лекція 11-13	Тема 7. Маркетингова політика в Інтернет	6	–	тижні 11-13
Практичне заняття 6-7	Тема 7. Маркетингова політика в Інтернет Перелік питань: Врахування властивостей середовища Інтернету при побудові системи маркетингу. Характеристика основних аргументів виходу засобів масової інформації в середовище Інтернету. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести	4	–	тиждень 10, 12
Самостійна робота 5	Тема 7. Маркетингова політика в Інтернет Перелік питань: Концепція маркетингу в середовищі Інтернет. Товар і товарна політика. Ціна і цінова політика. Система розподілу та збутова політика. Комплекс маркетингових комунікацій. Сервісне обслуговування і підтримка споживачів. Конкуренція. Особливості та переваги Інтернету в маркетингу. Завдання: пошук та вивчення інформації	12	–	за розкладом
Лекція 14-16	Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет	6	–	тижні 14-16
Практичне заняття 8	Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет Перелік питань: Характеристика методів ціноутворення на рекламування веб-сервера підприємства. Завдання: виконання практичної роботи, відповіді на поточні тести	2	–	тиждень 14
Самостійна робота 6	Тема 8. Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет Перелік питань: Визначення ефективності побудови системи маркетингу в середовищі Інтернету. Сутність веб-аналітики як інструменту Інтернет-маркетингу. Маркетинговий аналіз веб-сайту компанії. Завдання: пошук та вивчення інформації	10	–	за розкладом

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Практична робота 1. Сутність Інтернет в	Виконання практичної роботи 1	Зміст роботи полягає у формулюванні	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



	маркетингу		<p>маркетингового рішення для компанії. - 4 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 2 бали: Практичне завдання виконано</p>	
--	------------	--	---	--

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>не повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Питання основної частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді - 1 бал: Практичне завдання не виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті. - 0 балів: студент не виконав практичне завдання.</p>	
		Тестування за темою 1 у системі Moodle	Контрольне тестування за темою 1 складається з 6 тестових питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.	6
Практичне заняття 2	Практична робота 2. Маркетингові дослідження в Інтернет-середовищі	Виконання практичної роботи 2	Зміст роботи полягає у проведенні маркетингового дослідження в мережі Інтернет. - 4 бали:	4

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3 бали.</p> <p>Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 2 бали.</p> <p>Практичне завдання виконано не повністю. Наведено постановку завдання, дані</p>	
--	--	--	---	--

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>щодо об'єкта дослідження. Питання основної частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді</p> <p>- 1 бал: Практичне завдання не виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті.</p> <p>- 0 балів: студент не виконав практичне завдання.</p>	
		Тестування за темою 2 у системі Moodle	Контрольне тестування за темою 2 складається з 5 тестових питань. За кожен правильну відповідь студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття 4	Практична робота 3 Характеристика аудиторії у Інтернет	Виконання практичної роботи 3	Зміст роботи полягає у дослідженні основних характеристик аудиторії у мережі Інтернет.	4
			- 4 бали: Практичне завдання виконано повністю.	

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 2 бали: Практичне завдання виконано не повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Питання основної</p>	
--	--	--	---	--

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді - 1 бал: Практичне завдання не виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті. - 0 балів: студент не виконав практичне завдання.</p>	
		Тестування за темою 3 у системі Moodle	<p>Контрольне тестування за темою 3 складається з 5 тестових питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.</p>	5
Практичне заняття 5	Практична робота 4 Основи Social Media Marketing (SMM)	Виконання практичної роботи 4	<p>Зміст роботи полягає у створенні плану SMM-заходів у мережі Інтернет. - 4 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі.</p>	4



			<p>Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 2 бали: Практичне завдання виконано не повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Питання основної частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді - 1 бал: Практичне завдання не</p>	
--	--	--	--	--

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті. - 0 балів: студент не виконав практичне завдання.	
Лекційне заняття 10	Тестування за змістовим модулем 4	Тестування за темами 4-6 у системі Moodle	Контрольне тестування за темами 4-6 складається з 6 тестових питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.	6
Практичне заняття 7	Практична робота 5 Маркетингова політика в Інтернет	Виконання практичної роботи 5	Зміст роботи полягає у аналізі Інтернет-діяльності промислової компанії. - 7-8 балів Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 5-6 балів: Практичне завдання виконано	8

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			<p>повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3-4 бали. Практичне завдання виконано не повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Питання основної частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді - 1-2 бали. Практичне завдання не виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані</p>	
--	--	--	---	--

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті. - 0 балів: студент не виконав практичне завдання.	
		Тестування за темою7 у системі Moodle	Контрольне тестування за темою 7 складається з 5 тестових питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття 8	Практична робота 6 Ефективність маркетингової діяльності в Інтернет	Виконання практичної роботи 6	Зміст роботи полягає у оцінці ефективності Інтернет-реклами підприємства. - 4 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Наведено висновки та рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, добре ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 3 бали: Практичне завдання виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина виконана в повному обсязі. Зроблено	4



			<p>поверхневі висновки та надано рекомендації. Робота оформлена згідно вимог, достатньо ілюстрована. На питання викладача надано повні відповіді - 2 бали: Практичне завдання виконано не повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Питання основної частини розкриті недостатньо. Наведено висновки та рекомендації. Є помилки в оформленні, Робота недостатньо ілюстрована. На питання викладача надано поверхневі відповіді - 1 бал: Практичне завдання не виконано повністю. Наведено постановку завдання, дані щодо об'єкта дослідження. Основна частина не виконана в повному обсязі. Питання не розкриті. - 0 балів: студент не виконав практичне завдання.</p>	
		Тестування за темою 8 у системі Moodle	<p>Контрольне тестування за темою 8 складається з 5 тестових питань. За кожен правильну</p>	5

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



			відповідь студент отримує 1 бал.	
Усього за поточний контроль	7			60
Підсумковий контроль				
Залік	Теоретичне завдання	Тестування за змістовими модулями 1-6 у системі Moodle	Контрольне тестування за вивченим матеріалом курсу складається з 20 питань. За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.	20
	Практичне завдання	Захист практичних завдань залікової роботи	Студент під час заліку виконує 2 практичних завдання залікової роботи за темами 1, 2, 3, 5 (письмово). За правильне виконання одного практичного завдання студент отримує 10 балів.	20
Усього за підсумковий контроль	2			40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

1. Кордзая Н.Р. Основи Інтернет-маркетингу. Частина 1: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 184 с.
2. Кордзая Н.Р. Основи Інтернет-маркетингу. Частина 2: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.
3. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ, Центр учбової літератури, 2010. 512 с.



4. Котлер Ф. Маркетинг 4,0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гармаван Катарджая, Іван Сатъяван: пер. з англ. 2-ге вид. виправл. Київ : Вид. група КМ БУКС. 2021. 224 с.
5. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.
6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
7. Швачич Г.Г., Толстой В.В., Петречук Л.М., Іващенко Ю.С., Гуляєва О.А., Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: навч. посіб. Дніпро : НМетАУ, 2017. 230 с.
8. Холод О.М. Комунікаційні технології. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 211 с.
9. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 332 с.
10. Остервальдер А, Пінье І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх. Київ: Наш формат, 2017. 288 с.
11. August E. Grant. Communication Technology Update and Fundamentals: 16th Edition. London : Routledge, 2021. 348 p.
12. Jeremy Harris Lipschultz. Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics. London : Routledge, 2020. 388 p.
13. Bu Zhong. Social Media Communication: Trends and Theories. Hoboken, New Jersey : Wiley-Blackwell, 2021. 208 p.
14. Global Marketing Strategy: 10 Principles of International Marketing and Global Branding. MediaBeacon, August 05, 2019 URL: <https://www.mediabeacon.com/en/blog/global-marketing-strategy>.
15. Internet-marketing. The Internet Marketing Academy. 2011. 55 p. URL: <https://library.ku.ac.ke/wp-content/downloads/2011/08/Bookboon/Marketing/internet-marketing.pdf> /

Інформаційні ресурси

1. Українська асоціація маркетингу <http://uam.in.ua/>.
2. The Ultimate Guide to Digital Marketing URL: <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/assets/pdf/ultimate-guide-to-digital-marketing.pdf>.
3. Lina Manuel Global Marketing in a Digital World. Open Library. URL: <https://ecampusontario.pressbooks.pub/globalmarketing>.
4. Canvanizer. URL: <https://canvanizer.com>.
5. X (ex-Twitter). URL: <http://twitter.com>.
6. Facebook. URL: <http://facebook.com>.
7. Instagram. URL: <https://instagram.com>.
8. Telegraph. URL: <https://telegra.ph>.
9. Топ-5 книг по Інтернет-маркетингу – кращі книги, які ви можете прочитати у 2022-2023 роках. CyberShark. URL: <https://cybershark.pro/uk/top-5-knig-po-internet-marketingu>.
10. 20 Must-Read Network Marketing Books To Maximise Your Earnings in 2020. Natalieheelely. URL: <https://natalieheelely.com/network-marketing-books>.

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати заняття регулярно, мусять узгодити з викладачем графік індивідуального виконання контрольних заходів. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання заняття здійснюється у формі тестування у системі Moodle або захисту практичної роботи, попередньо завантаженої студентом до системи Moodle. Виконання контрольних заходів має бути регулярним. Накопичення відпрацювань неприпустиме й може привести до не допуску до екзамену з дисципліни. За умови не складання екзамену може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (дивись посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності

Кожен студент повинен дотримуватися принципів академічної доброчесності. Практичні роботи та індивідуальне залікове завдання мають бути виконані студентом особисто, відповідно до варіанту за номером у журналі академічної групи. Роботи у яких буде виявлено ознаки списування та іншої не доброчесної поведінки до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях.

Під час виконання контрольних заходів (тестування у системі Moodle, захисту практичної роботи, заліку) використання гаджетів дозволено виключно для доступу до системи Moodle.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.

Важливі повідомлення загального характеру (оголошення про терміни подання звітів практичних робіт до захисту та ін.) регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, лист з запитом на електронну пошту викладача має бути підписаний вашим справжнім ім'ям та прізвищем, номером академічної групи.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти усіх рівнів вищої освіти Університету. https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezultat_v_navchannya.pdf

Визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті дозволяється здобувачам ступеня вищої освіти бакалавр для дисципліни «Маркетинг у глобальній мережі INTERNET» у семестрі, що передує семестру вивчення дисципліни. Для визнання результатів навчання набутих у неформальній освіті здобувач вищої освіти звертається із заявою на ім'я проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи Університету, з проханням про визнання результатів навчання на онлайн-курсах та стажувань.



ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою:
<https://surl.li/vlwuoj>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методiku проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів Запорізького національного університету: <https://surl.li/wdzjrl>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://surl.lu/hfjbya>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://surl.li/qgacqa>.

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до:

Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ:
<https://surl.li/unwzzm>

Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ:
<https://surl.lu/xkxmuz>

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Кабінет практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** – навч. корп. №4, каб. №235 (понеділок, середа, четвер 9.00-11.00, 13.00-15.00), навч. корп. №9 (ІННІ) каб.57 (п'ятниця 9.00-11.00, 13.00-15.00), гуртожиток №6 (вул. Добролюбова, 19, середа 9.00-11.00, 13.00-15.00). Попередній запис за тел.: 228-76-48, (099) 253-78-73 щоденно з 9 до 15.

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банак Віктор Аркадійович**
Електронна адреса: [u_banakh@znu.edu.ua](mailto:banakh@znu.edu.ua)
Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://surl.li/ivcwiw>

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг у глобальній мережі INTERNET



СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СКЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua>

Посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ:
<http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>