

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної  
справи

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-  
педагогічної роботи

Олександр ГОЛОВКО

“ ” 2022 р.



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інтернет-маркетинг

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 29 Міжнародні відносини

(шифр і назва)

спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

(шифр і назва)

освітня програма Міжнародна електронна комерція

(шифр і назва)

спеціалізація \_\_\_\_\_

(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова

(обов'язкова / за вибором)

факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2022/ 2023 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету (інституту, центру)

«30 серпня» 2022 року, протокол № 1


РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: (вказати авторів, їхні наукові ступені, вчені звання та посади)

Страпчук Світлана Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

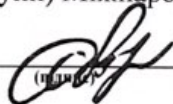
Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

  
(підпис) \_\_\_\_\_ Наталя ДАНЬКО

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми  
(керівником проектної групи) Міжнародна електронна комерція  
назва освітньої програми

Гарант освітньо-професійної програми  
(керівник проектної групи) Міжнародна електронна комерція

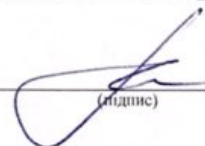
  
(підпис) \_\_\_\_\_ Світлана СТРАПЧУК

Програму погоджено науково-методичною комісією  
факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії \_\_\_\_\_

  
(підпис) \_\_\_\_\_ Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Інтернет-маркетинг» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародна електронна комерція» підготовки **бакалавра** за спеціальністю **292 «Міжнародні економічні відносини»**.

### 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Мета дисципліни є: формування та поглиблення знань у здобувачів у сфері Інтернет-маркетингу. Очікувані результати навчання: знання про можливості реклами в Інтернеті та планування онлайн-стратегії бізнесу; уміння оптимізувати роботу з пошуковими системами; навички залучення клієнтів за допомогою місцевих оголошень, соціальних мереж і реклами для мобільних пристроїв; навички відстеження та виміру веб-трафіку.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до ОПП.

1.2. Основним завданням вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг» є:

#### **формування наступних загальних компетентностей**

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність навчатися та бути сучасно навченим.

ЗК4. Здатність продукувати нові ідеї, системно мислити, проявляти креативність, гнучкість, уміння управляти часом.

ЗК5. Здатність до усної та письмової загальної комунікації державною та іноземними мовами.

ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та оцінювання інформації, процесів та явищ з різних джерел з метою виявлення проблем, формулювання висновків (рекомендацій), вироблення рішень на основі логічних аргументів, забезпечення якості виконуваних робіт з урахуванням національних та міжнародних вимог, адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК8. Здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків

ЗК10. Здатність мотивувати та розробляти ефективну систему організації праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.

ЗК11. Здатність брати участь у розробці проектів, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, діяти соціально відповідально і свідомо.

ЗК12. Вміння використовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.

### **формування наступних фахових компетентностей**

ФК1. Здатність виокремлювати закономірності, характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/деінтеграційних процесів, у тому числі євроатлантичної інтеграції.

ФК2. Здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері міжнародних економічних відносин з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку міжнародних економічних відносин.

ФК3. Здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку.

ФК4. Здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм МЕВ на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.

ФК5. Здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них.

ФК6. Здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі.

ФК7. Здатність застосовувати базові знання, аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин.

ФК8. Здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.

ФК9. Здатність до діагностики стану досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками.

ФК13. Здатність спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології, включаючи усну і письмову комунікацію державною та іноземними мовами.

ФК14. Здатність застосувати методи, правила і принципи функціонування міжнародних економічних відносин для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України.

ФК15. Здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності.

ФК16. Здатність створювати та використовувати системи міжнародної електронної комерції, виконувати планування та аналіз діяльності таких систем в рамках інтеграційних світових процесів.

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	
Семестр	
3-й	
Лекції	
32 год.	-
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	-
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
72 год.	
Індивідуальне завдання	
Контрольна робота 20 год.	

#### 1.6. Заплановані результати навчання

##### **Програмні результати навчання:**

ПРН1. Усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя, дотримуватися принципів безперервного розвитку та постійного самовдосконалення; прагнути професійного зростання, у тому числі в сфері міжнародної електронної комерції, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.

ПРН2. Мислити креативно та критично, мати навички тайм-менеджменту, критично оцінювати наслідки продукованих ідей.

ПРН3. Демонструвати навички письмової та усної комунікації державною та іноземними мовами, фахово використовувати економічну термінологію.

ПРН4. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.

ПРН5. Демонструвати абстрактне мислення, застосовувати методології дослідження; виявляти, окреслювати та формалізувати проблеми; систематизувати й упорядковувати отриману інформацію; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на процеси та явища у світовому господарстві (у тому числі міжнародної електронної комерції); формулювати висновки і розробляти рекомендації з метою адаптації до нової ситуації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища.

ПРН6. Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків.

ПРН8. Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.

ПРН9. Розробляти та реалізовувати міжнародні проекти, у тому числі в сфері міжнародної електронної комерції, працювати в проектних групах, мотивувати людей і рухатися до спільної мети, діяти соціально-відповідально та свідомо.

ПРН10. Застосовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.

ПРН11. Демонструвати знання та навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, у тому числі, міжнародної електронної комерції, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, включаючи усну та письмову комунікацію державною та іноземними мовами.

ПРН12. Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.

ПРН14. Здійснювати комплексний аналіз складних економічних систем, зіставляти та порівнювати їх складові, оцінювати й аргументувати результативність їх функціонування.

ПРН15. Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.

ПРН17. Ідентифікувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку.

ПРН18. Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків, ілюструвати і презентувати результати оцінювання, підсумовувати та розробляти рекомендації, заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.

ПРН20. Володіти базовими категоріями, новітніми теоріями, концепціями, технологіями та методами у сфері міжнародних економічних відносин, зокрема: міжнародної електронної комерції.

ПРН21. Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі.

ПРН23. Відстоювати національні інтереси України з урахуванням безпекової компоненти міжнародних економічних відносин.

ПРН25. Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя для здобування знань, з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.

## **2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Реклама в Інтернеті**

- 1.1. Інструменти та види реклами в Інтернеті
- 1.2. Пошукова (пряма реклама) та основні метрики
- 1.3. Ремаркетинг, таргетована та банерна реклама
- 1.4. Репутація в мережі
- 1.5. Написання комерційної пропозиції для компанії та фізичної особи
- 1.6. Особливості формування рекламних текстів для продукту та послуги
- 1.7. Інші види комерційних пропозицій (для заходу, онлайн-проекту, франшизи, інвестицій, дилерів, партнерів та спонсорів)

### **Тема 2. Оптимізація пошуку компанії в мережі**

- 2.1. Робота з пошуковими системами
- 2.2. Пошукова оптимізація (SEO-оптимізація): план, процес, підбір ключових слів
- 2.3. Розвиток та автоматизація маркетингу. Моделі масштабування
- 2.4. Оптимізація веб-сторінок, структури сайту. Оптимізація пошукових систем для різних країн

### **Тема 3. Залучення клієнтів за допомогою місцевих оголошень, соціальних мереж і реклами для мобільних пристроїв**

- 3.1. Локальний маркетинг. Ефективність каталогів місцевих компаній
- 3.2. Особливості контенту соціальних мереж: вибір, визначення цілей, реєстрація
- 3.3. Довготривалий план використання соціальних мереж: реклама, оцінки та недоліки
- 3.4. Основні принципи роботи Instagram, Facebook
- 3.5. Робота в соціальних мережах YouTube, TikTok, Twitch
- 3.6. Соціальні мережі LinkedIn, Twitter, Pinterest

### **Тема 4. Охоплення аудиторії за допомогою реклами**

- 4.1. Аналіз продукту та цільової аудиторії
- 4.2. Аналіз ринку та конкурентів. Стратегія просування
- 4.3. Онлайн стратегія бізнесу. Модель «Зацікавлення – намір – рішення – лояльність»

### **Тема 5. Відстеження та вимір веб-трафіку**

- 5.1. Що таке веб-аналітика: цілі та конверсії
- 5.2. Інструменти Google-Analytics: огляд можливостей
- 5.3. Огляд інших інструментів аналітики Google Tag Manager, Facebook Analytics, Google Optimize (A/B тест)

### **Тема 6. Основи цифрового добробуту**

- 6.1. Поняття цифрового добробуту та зловживання сучасними цифровими технологіями
- 6.2. Раціональне використання гаджетів
- 6.3. Концентрація уваги та слайдове мислення

**Тема 7. Машинне навчання як технологія розвитку бізнесу**

- 7.1. Опис загальних моделей та типологій електронного бізнесу
- 7.2. Компоненти моделей електронного бізнесу
- 7.3. Створення вартості на мережевому ринку
- 7.4. Стратегія та бізнес-моделі. Стратегічні виклики цифрових інновацій та трансформації
- 7.5. Бізнес-моделі та технології управління. Цифровізація управління бізнесом підприємства
- 7.6. Розвиток цифрових інфраструктур. Цифрове управління державними ресурсами

**Тема 8. Пропозиція товарів та послуг в мережі**

- 8.1. Окремі правові аспекти здійснення електронної комерції
- 8.2. Створення інтернет-магазину. Обробка платежів та керування замовленнями
- 8.3. Збільшення онлайн продажів: функції навігації, сторінки товарів, процес оформлення покупок з облікових записів



### 3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Обсяг у годинах				Обсяг у годинах			
	Денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	пз	с. р.		л	п	с.р
Тема 1. Реклама в Інтернеті	12	4	2	6	-	-	-	-
Тема 2. Оптимізація пошуку компанії в мережі	12	4	2	6	-	-	-	-
Тема 3. Залучення клієнтів за допомогою місцевих оголошень, соціальних мереж і реклами для мобільних пристроїв	16	6	2	8	-	-	-	-
Тема 4. Охоплення аудиторії за допомогою реклами	12	4	2	6	-	-	-	-
Тема 5. Відстеження та вимір веб-трафіку	12	4	2	6	-	-	-	-
Тема 6. Основи цифрового добробуту	12	2	2	8	-	-	-	-
Тема 7. Машинне навчання як технологія розвитку бізнесу	12	4	2	6	-	-	-	-
Тема 8. Пропозиція товарів та послуг в мережі	12	4	2	6	-	-	-	-
Контрольна робота	20	-	-	20	-	-	-	-
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>72</b>	-	-	-	-

### 4. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Назва теми	Кількість годин	
	Денна	Заочна
Тема 1. Реклама в Інтернеті	2	-
Тема 2. Оптимізація пошуку компанії в мережі	2	-
Тема 3. Залучення клієнтів за допомогою місцевих оголошень, соціальних мереж і реклами для мобільних пристроїв	2	-
Тема 4. Охоплення аудиторії за допомогою реклами	2	-
Тема 5. Відстеження та вимір веб-трафіку	2	-
Тема 6. Основи цифрового добробуту	2	-
Тема 7. Машинне навчання як технологія розвитку бізнесу	2	-
Тема 8. Пропозиція товарів та послуг в мережі	2	-
<b>Разом</b>	<b>16</b>	-

## 5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
	Очна форма	Заочна форма
<p>Тема 1. Реклама в Інтернеті</p> <p><i>Завдання:</i> Ознайомитися з візуальним супроводом видів реклами в інтернеті та знайти реальні приклади з власного пошуку: <a href="https://iab.com.ua/komitety/market-standards/vydy-ta-formaty-internet-reklamy/">https://iab.com.ua/komitety/market-standards/vydy-ta-formaty-internet-reklamy/</a></p>	6	-
<p>Тема 2. Оптимізація пошуку компанії в мережі</p> <p><i>Завдання:</i> Проведення технічного аудиту сайту за тематикою. Формування завдання програмісту для створення веб-сайту за тематикою</p>	6	-
<p>Тема 3. Залучення клієнтів за допомогою місцевих оголошень, соціальних мереж і реклами для мобільних пристроїв</p> <p><i>Завдання:</i> Створити календар SMM-просування на місяць (соціальна мережа на вибір)</p>	8	-
<p>Тема 4. Охоплення аудиторії за допомогою реклами</p> <p><i>Завдання:</i> Аналіз цільової аудиторії для обраного виду бізнесу. Аналіз конкурентів, визначення їх сильних та слабких сторін. Стратегії Push/Pull, See-Think-Do-Care, блакитного океану</p>	6	-
<p>Тема 5. Відстеження та вимір веб-трафіку</p> <p><i>Завдання:</i> Подумайте про цілі своєї роботи онлайн. Як би ви сегментували дані, щоб виявити шляхи досягнення більшого успіху? За географічним місцезнаходженням, мобільними пристроями чи іншими показниками? Запишіть свої думки</p>	6	-
<p>Тема 6. Основи цифрового добробуту</p> <p><i>Завдання:</i> Дослідження на теми:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. як навчитися раціонально користуватися гаджетами та які інструменти й поради допоможуть вам у цьому?</li> <li>2. як контролювати використання цифровими пристроями, щоб не відволікатися від того, що дійсно важливо?</li> </ol>	8	-
<p>Тема 7. Машинне навчання як технологія розвитку бізнесу</p> <p><i>Завдання:</i> Цифрова економіка в електронній комерції як спосіб збільшення доданої вартості: ідеї бізнес-моделей</p>	6	-
<p>Тема 8. Пропозиція товарів та послуг в мережі</p> <p><i>Завдання:</i> Ознайомитись з комплексними рішеннями для електронної комерції (Shopify, Volusion або Magento), порівняти та дослідити функціонал. Навести приклади використання</p>	6	-
Контрольна робота	20	-
<b>Разом</b>	<b>72</b>	-

## **6. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

Програмою дисципліни передбачено виконання контрольної роботи на тему: «Реклама в Інтернеті: написання комерційної пропозиції». Індивідуальне завдання виконується студентами самостійно протягом вивчення дисципліни із проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу та оприлюдненні результатів під час проведення практичних занять по дисципліні. В результаті виконання контрольної роботи студент повинен:

- підготувати і належними чином оформити індивідуальне завдання на задану тематику;
- зробити доповідь на підсумковому практичному занятті.

Контрольна робота оформлюється в такому порядку: – титульний аркуш.

– зміст. – основний текст. – список використаних інформаційних джерел. Обов'язковими складовими роботи є: – нумерація сторінок (верхній правий кут, враховуючи титульний аркуш; – зміст з вказівкою сторінок; – назви підрозділів виділяти жирним шрифтом, усі великі літери; Мова написання – українська. Комп'ютерний набір: шрифт 14, інтервал 1,5. Роботу необхідно зброшурувати (папка-швидкозшивач). Загальний обсяг роботи становить – до 10 аркушів формату А4.

## **7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Відповідність методів навчання та форм оцінювання визначеним результатам навчання за ОПІ віддзеркалює табл. 7.1

Таблиця 7.1

**Методи навчання та засоби діагностики результатів навчання за освітньою компонентною «Інтернет-маркетинг»**

Шифр ПРН (відповідно до ОНП)	Результати навчання (відповідно до ОПП)	Методи навчання	Засоби діагностики / форми оцінювання
ПРН01	Усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя, дотримуватися принципів безперервного розвитку та постійного самовдосконалення; прагнути професійного зростання, у тому числі в сфері міжнародної електронної комерції, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.	Лекція; пошук джерел інформації (критичний аналіз, інтерпретація), тести	Оцінювання усних відповідей на практичних заняттях, презентації, тестування, залікова робота
ПРН02	Мислити креативно та критично, мати навички тайм-менеджменту, критично оцінювати наслідки продукованих ідей	Лекція, командна робота, генерування інноваційних рішень, бізнес-моделей машинного навчання	Оцінювання виконання творчих завдань, презентації, залікова робота
ПРН03	Демонструвати навички письмової та усної комунікації державною та іноземними мовами, фахово використовувати економічну термінологію.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз нормативних документів, тести	Оцінювання результатів роботи в командах; тестових завдань, залікова робота
ПРН04	Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.	Робота в командах, аналітичне завдання, підготовка частини проекту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальної роботи, залікова робота
ПРН05	Демонструвати абстрактне мислення, застосовувати методології дослідження; виявляти, окреслювати та формалізувати проблеми; систематизувати й упорядковувати отриману інформацію; оцінювати та пояснювати вплив ендегенних і екзогенних факторів на процеси та явища у світовому господарстві (у тому числі міжнародної електронної комерції); формулювати висновки і розробляти рекомендації з метою адаптації до нової ситуації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання та підготовки частини проекту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, залікова робота

ПРН06	Досліджувати економічні явища та процеси у міжнародній сфері на основі розуміння категорій, законів; виділяючи й узагальнюючи тенденції, закономірності функціонування та розвитку світового господарства з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проекту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, залікова робота
ПРН08	Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, проведення ринкового дослідження, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; тестових завдань, розв'язування аналітичних задач, залікова робота
ПРН09	Розробляти та реалізовувати міжнародні проекти, у тому числі в сфері міжнародної електронної комерції, працювати в проектних групах, мотивувати людей і рухатися до спільної мети, діяти соціально-відповідально та свідомо.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, проведення ринкового дослідження, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; тестових завдань, розв'язування аналітичних задач, залікова робота
ПРН10	Застосовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проекту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН11	Демонструвати знання та навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, у тому числі, міжнародної електронної комерції, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, включаючи усну та письмову комунікацію державною та іноземними мовами.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проекту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН12	Визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, проведення ринкового дослідження, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; тестових завдань, розв'язування аналітичних задач, залікова робота

ПРН14	Здійснювати комплексний аналіз складних економічних систем, зіставляти та порівнювати їх складові, оцінювати й аргументувати результативність їх функціонування.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, аналіз нормативних документів, тести	Оцінювання результатів роботи в командах; тестових завдань, залікова робота
ПРН15	Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проєкту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН17	Ідентифікувати та виокремлювати особливості функціонування суб'єктів міжнародних відносин та моделей їх економічного розвитку.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, проведення ринкового дослідження, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; тестових завдань, розв'язування аналітичних задач, залікова робота
ПРН18	Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків, ілюструвати і презентувати результати оцінювання, підсумовувати та розробляти рекомендації, заходи з адаптації до змін міжнародного середовища.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проєкту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН20	Володіти базовими категоріями, новітніми теоріями, концепціями, технологіями та методами у сфері міжнародних економічних відносин, зокрема: міжнародної електронної комерції.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проєкту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН21	Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі.	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проєкту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота
ПРН23.	Відстоювати національні інтереси України з урахуванням безпекової компоненти міжнародних економічних відносин.	Лекція, виконання творчих завдань у командах, проведення ринкового дослідження, аналіз отриманих результатів	Оцінювання результатів дослідження на практичних заняттях; тестових завдань, розв'язування аналітичних задач, залікова робота
ПРН25	Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя для здобування знань, з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні	Лекція, збір та обробка даних, аналітичні завдання з підготовки частини проєкту, орієнтованих на платні та власні ресурси та вірусний контент, тести	Оцінювання виконання аналітичних завдань, індивідуальна робота, тестування, залікова робота

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використанням сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);

- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах з проблем використання сучасних освітніх технологій (з підготовкою есе, прес-релізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом);

- участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з проблем використання сучасних освітніх технологій (в розробці анкетних форм, проведенні опитувань, підготовці та проведенні фокус-груп, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

## 8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

**Поточний контроль** і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних та практичних занять (групові дискусії, тренінгові завдання);

- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проєктних завдань в ході індивідуально / командної роботи студентів;

- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу (у вигляді тестування);

- контроль та оцінювання вмінь вирішувати аналітичні та інші завдання;

- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати із застосуванням сучасних інформаційних технологій;

- оцінювання вмінь та навичок проводити фокус-групи, складати анкети, збирати та оброблювати дані.

При вивченні кожного розділу проводиться поточний контроль. На практичному занятті студент може отримати від 1 до 5 балів (табл. 8.1). Максимально студент може отримати 60 балів в ході лекційних та практичних занять.

Таблиця 8.1

## Критерії та методи оцінювання

Методи	Критерії оцінювання	Система оцінювання, бали
Тестування онлайн	виставляється здобувачу вищої освіти за одне тестове питання у випадку правильної відповіді. За кожною темою, де передбачено тестування, пропонується 10 тестових питань закритого типу та з декількома варіантами відповідей.	0,3
Робота над задачами, індивідуальними завданнями	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій відповіді на запитання продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	1
Робота над проектними завданнями тощо	виставляється здобувачу вищої освіти, який досяг цілей завдання, виконав ефективно роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку	5-4
	виставляється здобувачу вищої освіти, який частково досяг цілей завдання, виконав роль ділової гри тощо, продемонстрував здатність застосовувати знання на практиці, обґрунтовувати власну думку, проте припускався певних помилок	2
	виставляється здобувачу вищої освіти, який не досяг цілей завдання, частково виконав роль ділової гри тощо, не зміг застосувати знання на практиці, обґрунтувати власну думку	1
Підготовка та захист проекту	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проекту продемонстрував всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, вміє грамотно інтерпретувати одержані результати; продемонстрував знання фахової літератури, передбачені на рівні творчого використання	16-20
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній та письмовій презентації проекту продемонстрував повне знання програмного матеріалу, передбачене на рівні аналогічного відтворення, але припустився окремих несуттєвих помилок	11-15
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій презентації проекту продемонстрував недостатні знання основного програмного матеріалу, проте в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи, передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення	6-10
	виставляється здобувачу вищої освіти, який при усній або письмовій презентації проекту продемонстрував низький рівень знань основного програмного матеріалу	1-5



**Підсумковий контроль** засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення екзамену. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення зазначених тем.

### 9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточне оцінювання роботи студентів на практичних заняттях та самостійної роботи								Всього	екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8			
8	8	10	8	8	5	5	8	60	40	100

Структура заліку:

Екзамен – 40 балів. Відповідно, максимальна кількість набраних балів по вивченню дисципліни складає 100 балів.

Підсумкове тестування за курсом (20 тестів по 1 балу) – 20 балів

Підготовка та захист проекту (20 балів) «Оцінка стратегії цифрового маркетингу за моделлю РОЕМ»

- 1) Paid Media: платна реклама – 5 балів
- 2) Owned Media: власні маркетингові інструменти – 5 балів
- 3) Earned Media: вірусний контент – 5 балів
- 4) Оцінка ефективності цифрових маркетингових інструментів – 3 бали
- 5) Презентація із використанням різного ПЗ – 2 бали

Оцінювання здійснюється відповідно до шкали ЗВО.

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

## 10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Дистанційний курс: Страпчук С.І. Інтернет-маркетинг: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2022-2023. Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=5827>
2. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; автори: Н.Л. Писаренко Електронні текстові дані (1 файл: 6 374 Кбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.
3. Томас Мартін. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа / пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 304 с.
4. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
5. Филип Котлер. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового./КМ Букс, 2018.208 с.
6. Media Marketing Review (укр). Електронна версія. Режим доступу - <https://mmr.ua/>
7. Alexander Rauser Digital strategy. Guide to digital business transformation/Create space independent publishing platform, 2016 174 p.
8. Christopher Bones and James Hammersle Leading Digital Strategy: Driving Business Growth Through Effective E-commerce/ Kogan page, 2016. 236 p.
9. Dawn McGruer Dynamic Digital Marketing Master the world of online and social media marketing to grow your business/Wiley, 2020. 440 p

### Допоміжна література

1. Офіційний сайт Інтернет асоціації України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://inau.ua>
2. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://iab.com.ua>
3. Сайт рейтингів від Всеукраїнської рекламної коаліції. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vrk.org.ua/>
4. Журнал "Маркетинг і цифрові технології" Наукове фахове видання України. Категорія «Б» (Видання Одеського національного політехнічного університету) ISSN 2523-434X (Online) ISSN 2522-9087 (Print)
5. Journal of Digital & Social Media Marketing//Henry Steward Publications ISNN (print) 2050-0076 ISSN (web): 2050-008430. <http://www.kpcb.com/internet-trends>
6. <http://www.quantumrun.com/future-timeline/2020>

## **11. ПОСИЛАННЯ НА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ, ВІДЕО-ЛЕКЦІЇ, ІНШЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

1. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google search console
2. Support.google.com – довідка про всі можливості системи
3. Аналітичні інструменти соціальної мережі Facebook - Facebook advertising manager
4. Аналітика сайтів конкурентів - Similarweb.com, Youscan.com, Serpstat.com, SpyFu.com, Alexa.com 79
5. Аналітика соціальних сторінок конкурентів - SocialBackers.com, SocialBlade.com, Popster.com
6. Аналітика ринків - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
7. Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io
8. Планування медійних кампаній - AdMixer.ua, creatives.admixer.com, Criteo.com
9. Планувальник ключових слів - Keywordkeg.com, Answerthepublic.com
10. Верифікація ключових слів - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
11. Аналітика та створення (редагування) відео на YouTube - Studio.youtube.com, vidIQ.com, TubeBuddy.com
12. Відкрита демо версія аналітики - <https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount>
13. Тестові системи сайтів - thinkwithgoogle.com/feature/testmysite/, SemRush.com
14. Створення креативу для сайту, соціальних мереж - Crello.com
15. Шаблони для створення сайтів - Tilda.cc, Wix.com, Wordpress.com
16. Онлайн опитування - SurveyMonkey <https://www.surveymonkey.com>

## **12. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ**

– дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття та із застосуванням різноманітних дистанційних технологій всі практичні заняття.

**Посилання:** <https://us04web.zoom.us/j/84451212345>;