


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол № 11 від "16.06" 2018 р.

Зав. кафедри

 Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ
«ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник: Барабанова В.В.
доц. кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування, к.е.н., доцент

2018 – 2019 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Вибіркова для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	2
Лекції, годин	30
Практичні / семінарські, годин	24
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	96
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	3,6
самостійної роботи студента	5
Вид контролю	екзамен

2. Програма дисципліни

Ціль- формування компетентностей щодо визначення особливостей електронного маркетингу на підприємстві, та практичних навичок з формування елементів електронного маркетингу в підвищенні ефективності управління підприємством.

Завдання: ознайомлення з теоретичними та методологічними основами електронної комерції; професійними знаннями щодо проведення сегментування ринку електронної комерції, використання системного підходу щодо організації системи електронного маркетингу; засвоєння основ організації та проведення маркетингових досліджень у мережі Інтернет, аналізу впливу макро- та мікросередовища маркетингу.

Предмет: механізм формування електронного маркетингу

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Основні характеристики електронного бізнесу, електронного маркетингу.
2. Технології та інструменти електронного маркетингу.
3. Основи контентної оптимізації.
4. Методика маркетингового аналізу веб-сайтів
5. Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу
6. Особливості електронної торгівлі
7. Товарна та цінова політика в інтернеті
8. Ефективність рекламних кампаній в мережі

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та зміст електронного маркетингу					
Тема 1. Основні характеристики електронного бізнесу, електронного маркетингу	25	5	4		16
Тема 2. Технології та інструменти електронного маркетингу	25	5	4		16
Тема 3. Основи контентної оптимізації	25	5	4		16
Разом за змістовим модулем 1	75	15	12		48
Змістовий модуль 2. Застосування інструментів електронного маркетингу					
Тема 4.Методика маркетингового аналізу веб-сайтів	13	2	2		9
Тема 5 Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу	13	2	2		9
Тема 6. Особливості електронної торгівлі	13	2	2		9
Тема 7. Товарна та цінова політика в інтернеті	15	4	2		9
Тема 8 Ефективність рекламних кампаній в мережі	21	5	4		12
Разом за змістовим модулем 2	75	15	12		48
Усього годин	150	30	24		96

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда Основні характеристики електронного бізнесу, електронного маркетингу	4
2	Семінар запитань і відповідей Технології та інструменти електронного маркетингу	4

3	Семінар – розгорнута бесіда Основи контентної оптимізації	4
4	Семінар – розгорнута бесіда Методика маркетингового аналізу веб-сайтів	2
5	Семінар – розгорнута бесіда Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу	2
6	Семінар запитань і відповідей Особливості електронної торгівлі	2
7	Семінар запитань і відповідей Товарна та цінова політика в інтернеті	2
8	Семінар запитань і відповідей Ефективність рекламних кампаній	4
	Всього	24

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд навчальної, нормативної, наукової і періодичної літератури, та підготовка матеріалу у вигляді опорного конспекту.
2. Підготовка рефератів, доповідей, статей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації, підготовка аналітичних довідок.
4. Підготовка тез для публікації в наукових журналах, інтернет виданнях за відповідною тематикою та міжнародних семінарах, конференціях.

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи та зміст електронного маркетингу			
Семінар – розгорнута бесіда Основні характеристики електронного бізнесу, електронного маркетингу	16	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Основні тенденції та фактори розвитку електронного маркетингу. Аналіз існуючих підходів до розуміння сутності електронного бізнесу. Сучасний стан відносин між електронними, інформаційними, цифровими та інтернет-технологіями. Джерела [1]-[11] 2. Самотестування 3. Підготовка доповіді: Значущість і практика	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

		застосування електронного маркетингу в окремих галузях економіки	
Семінар запитань і відповідей Технології та інструменти електронного маркетингу	16	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Інтернет як комунікаційно-інформаційний засіб. Спільні риси та відмінності електронного та Інтернет-маркетингу. Інтерактивність електронного маркетингу. Просування товарів та послуг в мережі Інтернет. Джерела [1]-[10] 2. Міні-лекція з питання "Використання інструментів електронного маркетингу". 3. Підготовка доповіді :. Оцінки відповідності веб-сайта реального підприємства основним принципам побудови ефективного комерційного сайту	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати, презентація доповіді
Семінар – розгорнута бесіда Основи контентної оптимізації	16	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Поняття пошукової оптимізації, її різновиди. Мета й завдання пошукової оптимізації. Правило «золотого трикутника» у пошуковій оптимізації. Етапи пошукової оптимізації. Планування кампанії з пошукової оптимізації веб-сайта. Джерела [4]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування 3. Підготовка доповіді	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Разом за 1 модуль	48		
Змістовий модуль 2. Застосування інструментів електронного маркетингу			
Семінар запитань і відповідей Методика маркетингового аналізу веб- сайтів	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та екомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Об'єкти маркетингового аудиту веб-сайту підприємства. Аналіз тегів і рекомендації з оформлення окремих розділів і сторінок з точки зору оптимізації під пошукові машини. Аналіз якості і кількості зовнішніх посилань на сайт. Перевірка проіндексованих сторінок сайту. Перевірка реєстрації сайту в пошукових системах Google, Яндекс, Апорт, DMOZ, Mail.ru, тощо	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

		Джерела [4]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування Планування рекламної кампанії реального підприємства в мережі Інтернет	
Семінар запитань і відповідей Особливості електронної торгівлі	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Процес купівлі в електронному магазині. Етапи здійснення покупки. Фактори, що впливають на прийняття рішення про покупку. Процес оплати товару в електронному магазині. Джерела [4]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Види інтернет-каналів залучення трафіку Просування в соціальних мережах (SMM). Партнерські програми/лідогенерація Джерела [4]-[11] 2. Самотестування.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Товарна та цінова політика в інтернеті	9	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Основні рішення в сфері стимулювання збуту: демонстраційні версії, купони, премії, знижки, зразки продукції, конкурси тощо. Переваги та недоліки інструментів стимулювання збуту. Джерела [4]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування Планування рекламної кампанії реального підприємства в мережі Інтернет	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Ефективність рекламних кампані	12	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Критерії та показники ефективності Інтернет-реклами. Ефективність Інтернет-реклами: види, рівні, методи аналізу. Критерії та показники ефективності Інтернет-реклами. Збирання інформації для оцінки ефективності Інтернет-реклами. Джерела [4]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування Планування рекламної кампанії реального	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

		підприємства в мережі Інтернет	
Разом за 2 модуль	48		
Всього	96		

7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

Результати навчання	Компетентності											
	Загальні					Предметно-спеціальні						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	
1. Знання теоретичних основ та категоріального апарату електронного маркетингу,							+					
2. Знання сутності та механізму використання методів електронного маркетингу								+				
3. Розуміння механізму нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного забезпечення електронного маркетингу							+					
4. Знання основних методів управління ефективності інтернет магазину, інтернет майданчика.											+	
5. Розуміння методів формування стратегії розвитку електронного маркетингу підприємства												
6. Уміння використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей інтернет ресурсів.								+				
7. Уміння формувати програми дизайну, технічного та інформаційного забезпечення реклами нового товару							+					
8. Уміння розробляти гнучку тактику ціноутворення електронного маркетингу з урахуванням різнопланових факторів										+		
9. Уміння використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей інтернет ресурсів												

8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

9. Методи оцінювання

Екзамен.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру

№ семінарського заняття	Вид роботи/бали					
	Тестові завдання, письмові опитування	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	Індивідуальне завдання	ПМК	Сума балів
Змістовий модуль 1						
Тема 1	2	3	1			6
Тема 2	2	3	1			6
Тема 3	2	4	1	3	3	13
Разом змістовий модуль 1	6	10	3	3	3	25
Змістовий модуль 2						
Тема 4	2	3	1			6
Тема 5	2	3	1			6
Тема 6	2	4	1	3	3	13
Разом змістовий модуль 2	6	10	3	3	3	25
Разом	12	20	6	6	6	50

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

11. Методичне забезпечення

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

12. Рекомендована література

Основна

1. Ананьєв О. М. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності: підручник /О. М. Ананьєв, В. М. Білик, Я. А. Гончарук. – Львів: Новий світ, 2006. – 584 с.
2. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник 3_те вид. / В. В. Апопій, І. П. Міщук; за редакцією В. В. Апопія. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 632 с.
3. Балабанов І. П. Электронная коммерция / И. П. Балабанов. – СПб.: Питер, 2004. – 336 с.
4. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с.
5. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Лепейко Т. І. – Харків: Вид ХНЕУ, 2010. – 252 с.
6. Лепейко Т. І. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб . / Т. І. Лепейко, І. О. Кінас, А. В. Котлик. – Х: Вид. ХНЕУ, 2012. – 103 с.
7. Макарова М. В. Електронна комерція: посібник для студ. вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 272 с.
8. Мазоренко О. В. Менеджмент інформаційної сфери: навч. посіб. / Т. І. Лепейко, О. В. Мазоренко, А. С. Сорокіна. – Х: Вид. ХНЕУ, 2011. – 135 с.

9. Тимонин А. М. Маркетинг: курс лекций / А. М. Тимонин. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. – 76 с.

Допоміжна

10. Коваленко О. Розвиток підприємництва в Інтернет-торгівлі /О. Коваленко // Вісник КНЕУ. – 2005. – №6. – С. 2833.

11. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184с.

12. Ньюзлл М. В. Управление проектами для профессионалов. Руководство по подготовке к сдаче сертификационного экзамена; Пер. с англ. /Майкл В. Ньюзлл. – М.: КУДИЦ- ОБРАЗ, 2006. – 416 с.

13. Тидвелл Дж. Разработка пользовательских интер-фейсов. /Дженифер Тидвелл. – 2е изд. СПб.: Питер, 2011. – 474 с.

14. Эймор Д. Электронный бизнес: эволюция или революция / Д. Эймор. [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 752 с.

15. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. /О. І. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

Інформаційні ресурси

16. Definition of Marketing [Електронний ресурс] : сайт Американської асоціації маркетингу – Режим доступу : <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (дата звернення 12.08.2015). – Назва з екрана.

17. Сайт Державного комітету статистики України[Електронний ресурс] : офіційний веб-сайт.- Режим доступу: – <http://www.ukrstat.gov.ua/>

18. Офіційний веб-сайт Європейський науковий фонд [Електронний ресурс] // Режим доступу: <<http://www.esf.org/>>.

19. Национальный институт стратегических исследований [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.niss.gov.ua>

20. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] //Режим доступа: <http://www.cyberleninka>.