

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МАРКЕТИНГ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

спеціальність	075 Маркетинг	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	Маркетинг	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	другий (магістерський)	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Афанасьєва Оксана Пилипівна



Вища освіта – спеціальність Менеджмент у невиробничій сфері

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент кафедри маркетингу та комерційної діяльності

Досвід роботи – 26 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка посібників і методичних рекомендацій
- співавторка наукових публікацій в сфері цифрового маркетингу;
- учасниця наукових і методичних конференцій
- керівник наукових студентських робіт, публікацій і кваліфікаційних робіт за тематикою курсу
- викладач курсів: «Фундаментальний маркетинг», «Цифровий маркетинг», «Інтернет маркетинг», «SMM (маркетинг в соціальних мережах)»

телефон	0976942442	електронна пошта	marketoshka@gmail.com	дистанційна підтримка	Telegram
---------	------------	------------------	-----------------------	-----------------------	----------

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	оволодіння базовими знаннями з теоретичних основ маркетингу в електронній комерції, формування практичних навичок організації комерційної діяльності сучасних суб'єктів господарювання у глобальному інформаційному середовищі, які дадуть можливість професійно здійснювати свою діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"> • вивчення основ маркетингу, включаючи поняття, моделі та теорії, які допомагають розуміти принципи функціонування ринку e-commerce / лекційний матеріал, практичні заняття • практичний досвід у сфері маркетингу в електронній комерції, розробляючи маркетингові стратегії, аналізуючи ринок та вивчаючи інструменти просування товарів та послуг / практичні заняття • використання сучасних інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань / практичні заняття • оцінювання ефективність проведених маркетингових заходів / практичні завдання
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 16 годин лекцій, 16 годин практичних; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетенції	<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p>	Програмні результати навчання	<p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p>
--------------------	--	--------------------------------------	---

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Лекція 1.	Вступ до маркетингу в електронній комерції	Практичне заняття 1	Аналіз конкурентів в електронній комерції	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ електронної комерції, ролі цифрового маркетингу в сучасному бізнесі та основних стратегій електронної комерції. Правові аспекти та етика в електронній комерції. Захист даних споживачів та конфіденційність. Правові норми та регуляції в різних країнах.
Лекція 2.	Цифрові маркетингові канали та інструменти в електронній комерції	Практичне заняття 2	Розробка та оптимізація сайту для електронної комерції		
Лекція 3.	Аналітика та вимірювання ефективності в цифровому маркетингу	Практичне заняття 3	Аналіз поведінки користувачів за допомогою веб-аналітики		
Лекція 4.	Поведінка споживачів в електронній комерції	Практичне заняття 4	Розробка контент-маркетингової стратегії, орієнтованої на цільову аудиторію		

Модуль 2. ОСНОВИ БРЕНДИНГУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Лекція 5.	Побудова бренду в цифровому середовищі	Практичне заняття 5. Кейс для дискусії	Обговорення прикладів рекламних компаній брендів у соціальних мережах	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Цифровий брендинг. Розробка сценарію рекламної компанії. Управління репутацією онлайн. Стратегії розповсюдження контенту.
Лекція 6.	Види рекламних кампаній в електронній комерції	Практичне заняття 6	Налаштування та оптимізація рекламної кампанії PPC		
Лекція 7.	Мобільний маркетинг та UX/UI в електронній комерції	Практичне заняття 7	Розробка стратегії мобільного маркетингу		
Лекція 8.	Автоматизація маркетингу та CRM системи	Практичне заняття 8	Налаштування CRM системи та автоматизація процесів		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	<ol style="list-style-type: none"> 1. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг : опорний конспект лекцій / О.П. Афанасьєва. – Х.: ХДУХТ, 2017. – 43 с. 2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами: навчальний посібник / О.В. Виноградова, Н.І. Дрокіна. – Київ: ДУТ, 2019.– 351 с. 3. Краус К.М. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник / К.М. Краус, М.Н. Краус, О.В. Манжура. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – Київ: КМ-Букс. 2019 – 224 с. 	Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для виконання практичних завдань з дисципліни «Маркетинг в електронній комерції» для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг, 2024. – Електронне видання. 2. Афанасьєва О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «SMM (маркетинг у соціальних мережах)» для здобувачів усіх спеціальностей, 2022. – Електронне видання 3. Савицька Н. Л., Афанасьєва О.П. Методичні рекомендації для підготовки до тренінгу-курсу «Маркетинг у соціальних мережах (SMM)». – Х. :Видавництво Іванченка І. С., 2018. – 15 с.
------------	---	------------------------	---

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 80	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 20	підсумкове тестування
Модульне оцінювання	100 бальна сумарна	до 80	практичні заняття
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.