



СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Шифр, назва дисципліни	DP028 Інформаційні комп'ютерні технології в рекламі та просуванні товарів / Information Computer Technologies in Advertising and Commodity Promotion
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Семестр	7
Факультет /відділення	Бакалаврської підготовки
Курс	3 (за скороченою формою навчання) 4 (повний термін навчання)
Анотація курсу	Навчальна дисципліна направлена на отримання уявлення про основи та особливості інформаційно-комунікаційні технології, що використовуються в сучасних умовах для проведення реклами та просування товару, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових і рекламних інструментів в Інтернет-середовищі та сформувані у студентів уміння застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:1919/m72/course/view.php?id=780
Мова викладання	українська
Лектор курсу	канд. екон. наук Полях Сергій Сергійович канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті E-mail: poljashonok@ukr.net
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_p1.pdf
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур. СК12. Здатність застосовувати інструменти електронної комерції, які дозволяють на високому професійному рівні здійснювати підприємницьку діяльність у сучасному динамічному глобальному середовищі.

Перелік програмних результатів навчання	ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях. ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній і біржовій діяльності. ПРН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійної спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. ПРН 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 120 Кількість кредитів – 4 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 75 Форма підсумкового контролю – екзамен
Методи навчання	Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).
Зміст дисципліни	
Тема 1.1. Технологій створення банерної реклами: Artbanner-студія, Superstritials (Unicats), Videobanner (VideoBanner.com), ScreenGlide (ScreenGlide);	Ознайомлення із правилами та інструментами роботи з банерами за допомогою он-лайн генератору банерів та за допомогою мобільних додатків. Створення власного банеру, згідно обраного товару (послуги)
Тема 1.2. Створення логотипу засобами он-лайн сервісів CoolText (http://cooltext.com/Logos) та Logo Maker (http://www.logomaker.com/)	Створення логотипу продукції та підприємства за допомогою он-лайн та мобільних систем
Тема 1.3. Е-mail реклама. Вірусний маркетинг.	Правила створення Е-mail реклами, згідно обраного товару. Ознайомлення із видами вірусної реклами, алгоритм впровадження вірусного маркетингу.
Тема 1.4. Контекстна реклама на прикладі: Google Tag Manager та Google Ads	Ознайомлення із засобами контекстної реклами, визначення ціни та суті засобу реклами, проведення аналізу доцільності використання даної реклами для підприємств (магазинів) України
Тема 2.1. Інтернет-анкета як засіб проведення маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі, на прикладі JotForm.com (http://www.jotform.com)	Створення інтернет-анкети, проведення маркетингового опитування, згідно вибору товару. Аналіз отриманих результатів, формування висновків та рекомендацій.

Тема 2.2. Засоби стимулювання збуту в Інтернет середовищі (на прикладі Інтернет-магазинів)	Проведення порівняльного аналізу інтернет-магазинів; ознайомлення із засобами збуту; визначення переваг та недоліків засобів стимулювання збуту; надання рекомендацій, щодо покращення збуту на конкретному прикладі діючого інтернет-магазину.
Тема 2.3. Social Media Marketing (SMM) в просуванні товарів	Ознайомлення із типами соціального маркетингу. Визначення правил, ціни замовлення SMM. Створення відео-блогу.
Тема 2.4. Месенджер-маркетинг, на прикладі WhatsApp, Facebook, Viber, Instagram	Визначення стратегій месенджер-маркетингу. Практика впровадження та використання чат-ботів.

Політика дисципліни

Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.

Система оцінювання

Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі заліку або іспиту, відповідно до графіку навчального процесу. Підсумкова оцінка за умови заліку виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю. Підсумкова оцінка за умови іспиту виставляється як загальна сума балів набраних за результатами поточного (70%) та підсумкового контролю (30%).

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
- усні виступи на семінарах (8 виступи)	24
- активна участь в обговоренні на семінарі, додаткові інформаційні повідомлення (4 повідомл)	16
- експрес-контрольна (2 к.р)	10
Модульна контрольна робота (2 к.р.)	20
Презентація	10
Розрахункова робота	20
Разом	100

Шкала оцінювання

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
B	80-89	Повні знання, міцні вміння
C	70-79	Хороші знання та вміння
D	65-69	Задовільні знання, стереотипні вміння
E	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
FX	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь

F	1-34	Необхідний повторний курс
---	------	---------------------------

Список рекомендованих джерел

1. Чумаченко А. Важливість правильного позиціонування бренду в соціальних медіа / А. Чумаченко // Маркетинг в Україні. — 2011. — № 2. — С. 46–50
2. Катаев Б.В., Левицкий Д.Р. Коммерциализация интернет-проектов: модели монетизации и ключевые показатели эффективности // NovaInfo.Ru. 2016. Т. 1. № 48. С. 227-230. — <http://novainfo.ru/article/7191>
3. IDC's Worldwide Big Data and Analytics Software Taxonomy, 2017 [Electronic resource] // Information International Data Corporation. — March 2017. — <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US42353216>
4. Figueiredo JL.; Cabo, ST. Product placement and branded content: new possibilities of interaction between audiovisual production companies and advertising market in the context of advertising hybridization. Режим доступу : <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/6992>
5. Всеукраинский центр электронной коммерции [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ecommerce.com.ua/>. — Загл. с экрана.
6. Internet Marketing [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/>. — Загл. с экрана.
7. JotForm.com – он-лайн приложение для создания форм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.jotform.com/>. — Загл. с экрана.
8. Он-лайн генератор кнопок для сайта CoolText [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://cooltext.com/>. — Загл. с экрана.
9. Он-лайн сервис Logo Maker [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.logomaker.com/>. — Загл. с экрана.
10. Он-лайн генератор банерів Artbanner-студія [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.artbanner.com.ua/>. — Назва з екрану.