

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ІРПІНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»**

Циклова комісія маркетингу, торгівлі та харчових технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора
з навчальної роботи

Вікторія СОВА

2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

«Навчальна практика з інформаційних систем і технологій у маркетингу»

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань

07 Управління та адміністрування

(шифр і назва галузі знань)

освітньо-професійна
програма

Маркетинг

спеціальність

075 Маркетинг

відділення

підприємництва та інформаційних технологій

(назва відділення)

Робоча програма

Навчальна практика з інформаційних систем і технологій у маркетингу

(назва навчальної дисципліни)

для студентів

за галуззю знань

07 Управління та адміністрування

спеціальністю

075 Маркетинг

освітньо-професійна

програма

Маркетинг

«12» серпня 2022 року, - 10 с.

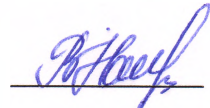
Розробник:

Андрій СИРОТЕНКО, викладач вищої кваліфікаційної категорії

Робоча програма затверджена на засіданні циклової комісії маркетингу, торгівлі та харчових технологій

Протокол від «12» серпня 2022 року №1

Голова циклової комісії маркетингу, торгівлі та харчових технологій



І. Вінник

Схвалено методичною радою коледжу.

Протокол від «12» серпня 2022 року №1

Голова



Д. Костюк

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-професійна програма, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма здобуття освіти
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Обов'язкова
Загальна кількість годин – 90	Спеціальність: 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма: Маркетинг	Рік підготовки:
		3-й
		Семестр:
		6-й
		Лекції:
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 18 самостійної роботи – 27	Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	- год.
		Практичні, семінарські:
		36 год.
		Лабораторні:
		0 год.
		Самостійна робота:
		54 год.
		Вид контролю: Диференційований залік

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить: для денної форми здобуття освіти – 36/54

2. Мета навчальної практики

Мета навчальної практики формування практичних навичок, які дають змогу ефективно використовувати на практиці сучасні інформаційні системи і технології в маркетингу на рівні, який би відповідав би вимогам підготовки висококваліфікованих фахівців.

Перелік компетентностей студентів, що формуються в результаті засвоєння дисципліни:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 3. Здатність працювати з інформацією, у тому числі у глобальних комп'ютерних мережах

ЗК 4. Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правочинність

ЗК 5. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність

ЗК 6. Уміння працювати у колективі та в команді

ЗК 9. Здатність працювати самостійно та автономно

ЗК 12. Здатність до навчання

ЗК 13. Здатність формувати нові ідеї (креативність)

Спеціальні компетентності (СК):

ФК 1. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички в галузі економіки підприємства, фінансів, грошового обігу та кредиту, статистики та економічного аналізу для здійснення маркетингової діяльності

ФК 2. Здатність використовувати математичний апарат для практичного використання в розв'язанні виробничих задач

ФК 6. Здатність використовувати знання, уміння і навички в галузі бухгалтерського, статистичного та оперативного обліку для здійснення маркетингової діяльності

ФК 7. Здатність використовувати професійно-профільовані знання з розвитку інфраструктури товарного ринку для впровадження прогресивних методів торгівлі

ФК 9. Здатність використовувати професійно-профільовані знання щодо організації та функціонування товарних бірж, біржової та брокерської діяльності, організація розподілу біржових товарів

3. Передумови вивчення навчальної дисципліни

Дана навчальна дисципліна базується на раніше здобутих результатах навчання таких навчальних дисциплін, як «Маркетинг», «Інформаційні системи і технології у маркетингу», «Маркетинг соціальних мереж», «Інформатика та комп'ютерна техніка».

4. Очікувані результати навчання

Результати навчання (РН):

ПРН 4. Знання теорії та методології інформатики, інформаційно-комунікаційного простору, інформації соціальних комунікацій.

ПРН 7. Вміння вивчати кон'юнктуру та тенденції розвитку ринку, ціни та попит на товари і послуги які надаються.

ПРН 9. Аналізувати попит і розраховувати потребу у товарах методами оперативного обліку реалізації товарів, вивчення джерел інформації різного характеру про попит.

ПРН 11. Аналізувати товарні запаси бази, складу, магазину та їх оптимізацію, формувати оптимальну структуру асортименту для конкретного торговельного підприємства.

ПРН 22. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно-спрямованої інформації у сфері маркетингу.

ПРН 23. Застосовуючи методи спостереження та контролю, визначати потенційно небезпечні ділянки виробництва, види виробничих процесів та елементи природного середовища, що можуть створювати загрозу виникнення надзвичайних ситуацій.

ПРН 24. На основі аналізу кон'юнктури ринку, тенденцій зміни попиту на товари виявляти потенційних покупців на продукцію, що виготовляється, та послуги які надаються, консультувати з питань технічних та споживчих характеристик товарів (послуг).

ПРН 27. Застосовуючи положення та відповідні інструкції збирати та підготовляти до аналізу інформацію щодо попиту, пропозиції та цін на товари і послуги розміщення реклами товарів та послуг в засобах масової інформації, складати „прайс-листи” на товари і послуги.

5. Критерії оцінювання

Критерії оцінювання знань студентів наведено в додатку 1 до робочої програми навчальної дисципліни.

6. Засоби оцінювання

Контроль набутих знань та навичок здійснюється шляхом виконання практичних завдань на базі онлайн-сервісів призначених для автоматизації роботи маркетологів та заповнення різних документів за допомогою онлайн-платформи Google Digital Workshop.

Результат проходження навчальної практики повинні бути представлені у формі звіту (обсягом 20-40 аркушів формату А4), у якому систематизовано викладено отриманні студентом під час проходження практики вміння та знання, описано програмні питання та визначені завдання.

Звіт повинен складатися з 2-х розділів. Звіт з навчальної практики складається кожним студентом самостійно. Для складання звіту студенту необхідно збирати матеріал за окремими розділами програми. Основні вимоги до викладення матеріалу у звіті: чіткість, стислість, конкретність, обґрунтованість.

Звіт підписується студентом із зазначенням дати на останній сторінці висновків і на титульному аркуші і подається на перевірку керівнику практики.

Звіт з навчальної практики підлягає захисту.

Під час захисту звіту студент викладає основні висновки про проходження навчальної практики, а також відповідає на запитання викладача. За підсумками написання та захисту звіту відбувається його оцінювання. Практика оцінюється за 100-бальною шкалою із переведенням у національну. Загальна кількість балів, яку студент може отримати у процесі проходження навчальної практики, становить 100 балів.

7. Програма навчальної практики

Тема 1. Особливості аудиторії в мережі Інтернет.

Вступ до Digital Workshop . Ваші цифрові можливості.

Тема 2. Перші кроки на шляху до ефективної реклами в Інтернеті.

Ваші цілі в мережі. Просування компанії в Інтернеті. Маркетинг вашого бізнесу в мережі
Аналіз і пристосування.

Тема 3. Представте свою компанію в Інтернеті.

Місце вашої компанії в Інтернеті. Як працює веб-сайт. Основні складові веб-сайту. Веб-сайти та ваші комерційні цілі. Зручність використання веб-сайту. Рекомендації щодо дизайну веб-сайту.

Тема 4. Сплануйте онлайн-стратегію бізнесу.

Стратегія в Інтернеті. Як стати помітним в Інтернеті. Аналіз поведінки клієнтів онлайн. Як виділитися серед конкурентів в Інтернеті. Роль цілей у підвищенні ефективності бізнесу.

Тема 5. Почніть роботу з пошуковими системами.

Основні відомості про пошукові системи. Як працює пошукова система. Як пошукова система працює з мережею. Основні відомості про звичайний пошук. Основні відомості про пошукову рекламу. Google Search Console.

Тема 6. Оптимізуйте пошукові кампанії.

Досягнення релевантності за допомогою належної структури. Максимально ефективне використання ключових слів. Оптимізація показу оголошень за допомогою типів відповідності ключових слів. Як дізнатися, що приносить результат, а що – ні?

Тема 7. Приверніть увагу місцевих клієнтів.

Місцевий маркетинг. Ефективність каталогів місцевих компаній.

Тема 8. Приверніть до себе увагу в соцмережах.

Основні відомості про соціальні мережі. Вибір потрібної соціальної мережі. Визначення цілей для роботи в соціальних мережах. Реєстрація в соціальній мережі.

Тема 9. Мобільна реклама на всі сто.

Еволюція мобільних пристроїв. Основні відомості про мобільний Інтернет і мобільні додатки. Основні відомості про мобільні додатки.

Тема 10. Опануйте контент-маркетинг.

Вступ до контент-маркетингу. Дослідження онлайн-аудиторії. Як обрати правильний формат онлайн-контенту. Як писати контент для аудиторії онлайн. Реклама контенту в Інтернеті. Вимірювання ефективності контент-маркетингу.

Тема 11. Пишіть клієнтам електронні листи.

Основи маркетингу електронною поштою. Варіанти маркетингу електронною поштою. Створення ефективних маркетингових листів. Керування успішними рекламними кампаніями електронною поштою. Вимірювання ефективності розсилок електронною поштою.

Тема 12. Показуйте рекламу на інших веб-сайтах.

Що таке медійна реклама? Порівняння пошукової та медійної реклами. Основи медійної реклами.

Тема 13. Почніть роботу з Google Analytics.

Що таке веб-аналітика? Чим може бути корисною веб-аналітика. Відстеження конкретних цілей за допомогою веб-аналітики.

Тема 14. Досягніть успіху з Google Analytics.

Веб-аналітика й звичайний пошук. Інструменти для контролю ефективності маркетингу в пошукових системах. Розподіл даних для статистичного аналізу.

Тема 15. Отримуйте нові ідеї за допомогою аналізу даних.

Використання даних для аналізу аудиторії онлайн. Цикл даних. Важливість аналітики веб-сайту. Робота з даними в електронних таблицях. Ефективне презентування даних.

Тема 16. Створіть інтернет-магазин.

Використання електронної комерції для продажу. Обробка платежів і керування замовленнями.

Тема 17. Збільште обсяг онлайн-продажів.

Зручність використання електронної комерції. Реклама товарів і мерчендайзинг. Повторне націлювання для електронної комерції.

Тема 18. Вийдіть на міжнародний ринок.

Вступ до міжнародного маркетингу та експорту. Перевірка нового ринку. Ефективна реклама за кордоном. Реклама в інших країнах. Необхідні системи підтримки. Зручність покупок для клієнтів із-за кордону. Взаємодія з клієнтами по всьому світу.

8. Структура навчальної практики

№ п/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин		
		денна форма		
		Всього	у тому числі	
			практичні	самостійні
1	Тема 1. Особливості аудиторії в мережі Інтернет.	5	2	5
2	Тема 2. Перші кроки на шляху до ефективної реклами в Інтернеті.	4	2	
3	Тема 3. Представте свою компанію в Інтернеті.	2	2	
4	Тема 4. Сплануйте онлайн-стратегію бізнесу.	6	2	5
5	Тема 5. Почніть роботу з пошуковими системами.	8	2	7
6	Тема 6. Оптимізуйте пошукові кампанії.	6	2	5
7	Тема 7. Приверніть увагу місцевих клієнтів.	6	2	5
8	Тема 8. Приверніть до себе увагу в соцмережах.	2	2	
9	Тема 9. Мобільна реклама на всі сто.	2	2	
10	Тема 10. Опануйте контент-маркетинг.	7	2	5
11	Тема 11. Пишіть клієнтам електронні листи.	2	2	
12	Тема 12. Показуйте рекламу на інших веб-сайтах.	2	2	
13	Тема 13. Почніть роботу з Google Analytics.	7	2	5
14	Тема 14. Досягніть успіху з Google Analytics.	9	2	7
15	Тема 15. Отримуйте нові ідеї за допомогою аналізу даних.	7	2	5
16	Тема 16. Створіть інтернет-магазин.	7	2	5
17	Тема 17. Збільште обсяг онлайн-продажів.	2	2	
18	Тема 18. Вийдіть на міжнародний ринок.	2	2	
	Усього годин:	90	36	54

9. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми та зміст семінарських занять	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

10. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми і зміст практичних занять	Кількість годин
1	Тема 1. Особливості аудиторії в мережі Інтернет. 1. Вступ до Digital Workshop. 2. Ваші цифрові можливості.	2
2	Тема 2. Перші кроки на шляху до ефективної реклами в Інтернеті. 1. Ваші цілі в мережі. 2. Просування компанії в Інтернеті. 3. Маркетинг вашого бізнесу в мережі 4. Аналіз і пристосування.	2
3	Тема 3. Представте свою компанію в Інтернеті. 1. Місце вашої компанії в Інтернеті. 2. Як працює веб-сайт. 3. Основні складові веб-сайту. 4. Веб-сайти та ваші комерційні цілі. 5. Зручність використання веб-сайту.	2
4	Тема 4. Сплануйте онлайн-стратегію бізнесу. 1. Стратегія в Інтернеті. 2. Як стати помітним в Інтернеті. 3. Аналіз поведінки клієнтів онлайн. 4. Як виділитися серед конкурентів в Інтернеті. 5. Роль цілей у підвищенні ефективності бізнесу.	2
5	Тема 5. Почніть роботу з пошуковими системами. 1. Основні відомості про пошукові системи. 2. Як працює пошукова система. 3. Як пошукова система працює з мережею. 4. Основні відомості про звичайний пошук. 5. Основні відомості про пошукову рекламу. 6. Google Search Console.	2
6	Тема 6. Оптимізуйте пошукові кампанії. 1. Досягнення релевантності за допомогою належної структури. 2. Максимально ефективне використання ключових слів. 3. Оптимізація показу оголошень за допомогою типів відповідності ключових слів.	2
7	Тема 7. Приверніть увагу місцевих клієнтів. 1. Місцевий маркетинг. 2. Ефективність каталогів місцевих компаній.	2
8	Тема 8. Приверніть до себе увагу в соцмережах. 1. Основні відомості про соціальні мережі. 2. Вибір потрібної соціальної мережі. 3. Визначення цілей для роботи в соціальних мережах. 4. Реєстрація в соціальній мережі.	2
9	Тема 9. Мобільна реклама на всі сто. 1. Еволюція мобільних пристроїв. 2. Основні відомості про мобільний Інтернет і мобільні додатки	2

	3. Основні відомості про мобільні додатки.	
10	Тема 10. Опануйте контент-маркетинг. 1. Вступ до контент-маркетингу. 2. Дослідження онлайн-аудиторії. 3. Як обрати правильний формат онлайн-контенту. 4. Як писати контент для аудиторії онлайн. 5. Реклама контенту в Інтернеті. 6. Вимірювання ефективності контент-маркетингу.	2
11	Тема 11. Пишіть клієнтам електронні листи. 1. Основи маркетингу електронною поштою. 2. Варіанти маркетингу електронною поштою. 3. Створення ефективних маркетингових листів. 4. Керування успішними рекламними кампаніями електронною поштою. 5. Вимірювання ефективності розсилок електронною поштою.	2
12	Тема 12. Показуйте рекламу на інших веб-сайтах. 1. Що таке медійна реклама? 2. Порівняння пошукової та медійної реклами. 3. Основи медійної реклами.	2
13	Тема 13. Почніть роботу з Google Analytics. 1. Що таке веб-аналітика? 2. Чим може бути корисною веб-аналітика. 3. Відстеження конкретних цілей за допомогою веб-аналітики.	2
14	Тема 14. Досягніть успіху з Google Analytics. 1. Веб-аналітика й звичайний пошук. 2. Інструменти для контролю ефективності маркетингу в пошукових системах. 3. Розподіл даних для статистичного аналізу.	2
15	Тема 15. Отримуйте нові ідеї за допомогою аналізу даних. 1. Використання даних для аналізу аудиторії онлайн. 2. Цикл даних. Важливість аналітики веб-сайту. 3. Робота з даними в електронних таблицях. 4. Ефективне презентування даних.	2
16	Тема 16. Створіть інтернет-магазин. 1. Використання електронної комерції для продажу. 2. Обробка платежів і керування замовленнями.	2
17	Тема 17. Збільште обсяг онлайн-продажів. 1. Зручність використання електронної комерції. 2. Реклама товарів і мерчендайзинг. 3. Повторне націлювання для електронної комерції.	2
18	Тема 18. Вийдіть на міжнародний ринок. 1. Перевірка нового ринку. 2. Ефективна реклама за кордоном. 3. Реклама в інших країнах. 4. Необхідні системи підтримки. 5. Зручність покупок для клієнтів із-за кордону. 6. Взаємодія з клієнтами по всьому світу.	2
	Разом	36

11. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми і зміст лабораторних занять	Кількість годин
1	Не передбачено навчальним планом	

12. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми і зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 1. Особливості аудиторії в мережі Інтернет. 1. Основні відомості про оптимізацію пошукових систем 2. Роль плану оптимізації пошукових систем 3. Процес оптимізації пошукових систем 4. Як вибирати ключові слова 5. Визначення реальних цілей оптимізації пошукових систем	5
2	Тема 4. Сплануйте онлайн-стратегію бізнесу. 1. Оптимізація веб-сторінок для пошуку 2. Користь від інших веб-сайтів 3. Оптимізація пошукових систем для різних країн	5
3	Тема 5. Почніть роботу з пошуковими системами. 1. Основні відомості про маркетинг у пошукових системах 2. Аукціон у маркетингу в пошукових системах 3. Характеристики вдалого ключового слова 4. Привернення уваги до своїх оголошень	7
4	Тема 6. Оптимізуйте пошукові кампанії. 1. Використання цифрових технологій для реклами на місцевому рівні 2. Залучення клієнтів на локальному рівні за допомогою мобільних пристроїв 3. Оптимізація пошукових систем для місцевих компаній	5
5	Тема 7. Приверніть увагу місцевих клієнтів. 1. Довгостроковий план використання соціальних мереж 2. Реклама в соціальних мережах 3. Оцінювання успіху роботи в соціальних мережах 4. Уникнення підводних каменів у соціальних мережах	5
6	Тема 10. Опануйте контент-маркетинг. 1. Основні відомості про рекламу на мобільних пристроях 2. Пошукові кампанії для мобільних пристроїв 3. Медійні кампанії для мобільних пристроїв 4. Кампанії в соціальних мережах, орієнтовані на мобільні пристрої 5. Відеооголошення для мобільних пристроїв	5
7	Тема 13. Почніть роботу з Google Analytics. 1. Медійні оголошення та досягнення цілей 2. Про рекламні мережі 3. Про механізм повторного націлювання	5
8	Тема 14. Досягніть успіху з Google Analytics. 1. Збільшення популярності онлайн-відео 2. Поєднання відео та стратегії онлайн-реклами 3. Створення відеовмісту в рамках бюджету 4. Поширення та просування відео 5. Реклама на веб-сайтах обміну відео 6. Оцінка ефективності відео	7
9	Тема 15. Отримуйте нові ідеї за допомогою аналізу даних. 1. Робота з даними в електронних таблицях. 2. Ефективне презентування даних.	5
10	Тема 16. Створіть інтернет-магазин. 1. Зручність покупок для клієнтів із-за кордону. 2. Взаємодія з клієнтами по всьому світу.	5
	РАЗОМ	54

13. Індивідуальні завдання

Не передбачено навчальним планом

14. Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Виконання завдань на базі онлайн-сервісів призначених для автоматизації роботи маркетологів та вирішення різних практичних ситуацій за допомогою онлайн-платформи Google Digital Workshop.

15. Розподіл балів, які отримують студенти

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18	Всього балів
6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	100

Національна шкала оцінювання та рейтинг здобувача освіти

Оцінка національна	Рейтинг здобувача освіти, бали
Відмінно	90-100
Добре	74-89
Задовільно	60-73
Незадовільно	0-59

16. Рекомендовані джерела інформації

ОСНОВНА

Підручники (навчальні посібники)

1. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. ЦУЛ, - 2017. – 536 с.
2. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. – 160 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – К, КМБукс. – 2018 с.
4. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 1: навчальний посібник / Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді-плюс, 2018. – 184 с.
5. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2: навч. посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. – 164 с.
6. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг : Навчальний посібник / І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчик. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
7. Присакар І. І. Інтернет-маркетинг як сучасна платформа для розвитку бізнесу / І.І. Присакар // Бізнес Інформ. – 2015. – №12. – С. 333-339
8. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. [Електронне видання]. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. – 215 с.
9. Шмідт Е. Новий цифровий світ / Ерік Шмідт, Джаред Коен; пер. з англ. Г. Лелів. – Львів: Літопис, 2015. - 368с

ДОПОМІЖНА

1. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції (2018). URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5> (дата звернення: 15.08.2022).
2. Гамова І.В. (2016). Управління маркетингом підприємств у сфері роздрібної електронної торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ. нац. торг.-екон. ун-т., Київ. 23 с.
3. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики (2018). URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-komerciya-v-ukrayinikonkurentnyy-dysbalans-i-podatkoviy-vyklyk> (дата звернення: 22.07.2022).
4. Коломієць Г.М., Єщенко Є.О., Меленцова О.В. (2018). Мережеві спільноти електронного простору – глобальний наратив сучасного господарства: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І.С. 132 с.

5. Краус К.М., Краус Н.М., Марченко О.В. (2020). Інноваційне підприємництво і цифровий бізнес: науково-економічна фіча розвитку та зміни в управлінні. Ефективна економіка, 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7779>.
6. Краус К.М., Краус Н.М., Андрусак Н.О. (2021). Навчання цифровому підприємництву: інноваційні техніки, технології, види та методики. Ефективна економіка, 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8643>.
7. Про захист персональних даних: Закон України №2297-VI від 01.06.2012 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>.
8. Про інформацію: Закон України №2657-XII від 02.10.1992 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
9. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України №2163-VIII від 05.10.2017 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>.
10. Рошук М.В. (2018). Розвиток електронного урядування в Україні: правовий аспект забезпечення безпеки інформації. Безпека інформації, 1. 17- 22.
11. Федусенко О.В., Доманецька І.М., Красовська Г.В. (2016). Проектування систем електронного документообігу: навч. посіб. для студентів, які навчаються за напрямом підгот. 6.050101 “Комп’ютерні науки”. Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. Київ: КНУБА. 87 с.
12. Чобаль Л.Ю., Сімах К.Ю. (2019). Використання інтернет-технологій в практиці маркетингових комунікацій туристичних підприємств в Україні. Формування ринкових відносин в Україні, 7/8. 94-98.
13. Kraus K., Kraus N., Marchenko O. (2020). The impact of servation on the results of economic digital entrepreneurship activities. Ukraine in the context of global and national modern servisation processes and digital economy: monograph, Praha: OKTAN PRINT. 81–91.
14. Kraus K. (2020). New quality of entrepreneurship management as a result of application of digital technologies. Collection of materials “Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management”. Riga: Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems, pp. 72–76.
15. Kraus K., Kraus N., Nikiforov, P., Pochenchuk, G., Babukh, I. (2021). Information and Digital Development of Higher Education in the Conditions of Innovatyzation Economy of Ukraine. WSEAS Transactions on Environment and Development, Vol. 17, Art. #64. 659-671. URL: <https://wseas.com/journals/ead/2021/b305115-652.pdf>.
16. Teaching Guidelines For Digital Entrepreneurship, eds. Kateryna Kraus, Nataliia Kraus, Olena Shtepa, Cracow University of Economics, Kiev-Cracow 2021, 71 p. (<https://ted.uek.krakow.pl/output-1-teaching-guidelines/>).

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. Єдина платформа для маркетингу та продажів. URL: <https://sendpulse.ua/>
2. Новини у сфері маркетингу соціальних мереж: Social Media today. URL: <https://www.socialmediatoday.com/>
3. Академія Інтернет-Маркетингу #1. <https://webpromoexperts.net/ua/>

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ
З НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ
«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ У МАРКЕТИНГУ»
Для денної форми здобуття освіти**

Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою. Рейтинг студента із засвоєння навчальної дисципліни у балах переводиться у національні оцінки «Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно» згідно з табл. 1.

Таблиця 1. Переведення рейтингу студента за 100-бальною школою в оцінку за національною шкалою

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна
90-100	Відмінно
74-89	Добре
60-73	Задовільно
0-59	Незадовільно

Оцінка **«Відмінно»** виставляється студенту, який глибоко, ґрунтовно засвоїв програмний матеріал, досконало, грамотно і логічно послідовно його викладає. У відповіді теорія пов'язана з практикою. Студент: постійно вирішував практичні завдання на онлайн-платформі Google Digital Workshop; показав вміння формулювати висновки; вільно відповідав на додаткові питання, обґрунтовував правильні рішення; володів різноманітними навичками і прийомами виконання різноманітних завдань; виконував завдання для самостійної роботи.

Оцінка **«Добре»** виставляється студенту, який твердо засвоїв програмний матеріал, грамотно і по суті подає його, не допускає суттєвих неточностей у відповідях на питання, як правило, вірно застосовує теоретичні положення при рішенні практичних питань і задач, володіє необхідними навичками і прийомами їх виконання. Студент: вирішував практичні завдання на онлайн-платформі Google Digital Workshop; заповнював електронні форми Google Analytics, допускаючи окремі неточності; опанував контент-маркетинг, проте допускав помилки в роботі; виконував завдання для самостійної роботи.

Оцінка **«Задовільно»** виставляється студенту, який засвоїв лише програмний матеріал, але не засвоїв його детально, допускає багато неточностей, недостатньо вірні трактування, порушується послідовність у викладі програмованого матеріалу і відчуває труднощі у виконанні практичних робіт. Студент: відповідав на окремі питання, які обговорювалися; виконував завдання для самостійної роботи; допускав неточності при роботі з Google Analytics; не виявляв належної активності під час роботи на онлайн-платформі Google Digital Workshop.

Оцінка **«Незадовільно»** виставляється студенту, який не знає значної частини програмованого матеріалу, допускає суттєві помилки, невпевнено, з великим труднощами виконує практичні роботи. Студент: не орієнтується в поняттях інформаційних систем і технологій у маркетингу; не знає склад програмного та технічного забезпечення функціонування маркетингових інформаційних систем; розв'язував задачі на онлайн-платформі Google Digital Workshop з великими труднощами; не в змозі самостійно вирішувати практичні завдання; допускав суттєві помилки при роботі з Google Analytics; не вміє працювати з даними в електронних таблицях.