



Силабус курсу Технології інтернет продажу

Ступінь вищої освіти-бакалавр

Галузь знань 12 “Інформаційні технології”

Спеціальність 122 «Комп’ютерні науки»

Освітньо-професійна програма: «Штучний інтелект»

Рік навчання: 4, Семестр: 7

Кредитів: 5 Мова викладання: українська та вірменська

Керівник курсу

ППП Сибатян Арміне Жораївна

Контактна інформація erfiltanx@yahoo.com

Опис дисципліни

Дисципліна «Технології Інтернет продажу» спрямована на формування у студентів теоретичних та практичних основ Інтернет продаж за допомогою E-mail-маркетингу, створення ефективних електронних розсилок, які є одним із найкращих інструментів повторних і додаткових продажів. Допоможе у написанні якісних оголошень з дотриманням етикету e-mail-розсилок, ознайомитися з способами залучення аудиторії, підвищення лояльності до бренду і продукту.

Структура курсу

Тема	Результати навчання	Завдання
Інтернет продажі, поняття Email маркетингу.	Зрозуміти сутність та поняття E-mail маркетингу, його користь та використання у бізнесі, місце E-mail маркетингу в Інтернет продажах.	Питання, тести

Життєвий цикл E-mail маркетингу.	Ознайомитися з усім хитрощами E-mail маркетингу, що використовуються. Знати покроковий план розсилок. Вміти використовувати в листі елементи, що стимулюють інтерактивність, листи з продовженням.	Практичні завдання, тести
Базові та додаткові способи поповнення списку E-mail адресів.	Зрозуміти, що результат не в кількості а в якості списків підписників. Знати та вміти використовувати як он-лайн так і оф-лайн методи підписки.	Практичні завдання, тести
Сегментація клієнтської бази	Зрозуміти та визначити свою цільову аудиторію за допомогою сегментації, що дасть можливість бути корисним та цікавим для свого читача.	Практичні завдання, тести
Реалізація email - маркетингу	Засвоїти ідею «ланцюгової переписки» - бесіда, ознайомитися з видами листів. Знати ефективність періодичності та часу відправки листів.	Практичні завдання, тести
Що писати і як продавати в розсилці.	Навчитися писати ефективні тексти, щоб їх читали. Вивчити структуру шаблону: прехедер, «шапку», тіло листа, футер («підвал»). Знати різницю між заголовками та темою листа.	Практичні завдання, тести
Запуск та ведення регулярної та масової розсилки.	Засвоїти принципи записку масової розсилки. Вміти підбирати контент, оформляти правильно листи, вчасно запускати розсилку.	Практичні завдання, тести
Низький рівень переглядівпричини невдалої розсилки.	Засвоїти як працювати з «сплячими» підписками та зрозуміти по яким причинам підписними перестають читати листи. Вміти перезавантажити слабку E-mail розсилку.	Практичні завдання, тести
Універсальний метод ведення автоматичної розсилки.	Засвоїти методи автоматичної розсилки. Вміти формувати welcome e-mail (вітальний лист).	Практичні завдання, тести

Систематичний підхід до аналітики Email маркетингу.	Ознайомитися з усіма підходами до аналітики та статистики використання Email маркетингу.	Питання
---	--	---------

У процесі вивчення даної дисципліни використовуються наступні способи оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування, тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів самостійної роботи студентів; інші види індивідуальних і групових завдань; залік.

Політика щодо академічної доброчесності: списування під час здачі заліків та екзаменів заборонено (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

Літературні джерела

Основна література

1. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с
2. Краус К. М. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
3. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика. К: Центр учбової літератури, 2021. 246 с.
4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
5. Картаджайя Х., Сетьяван А., Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технології для людства. КМ-БУКС, 2024. 280 с.
6. Чайковська М. П. Концептуально-методологічні засади управління маркетинговими ІТпроектами в умовах цифрових трансформацій. Олді+, 2021. 370 с.

Додаткова література

7. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
8. Пильнова В. П., Гавриш О. М. , Капелюшна Т. В., Лобань О. О. Інтернет-торгівля: особливості реалізації товару за допомогою інтернету. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. №1. С.122-129.
9. Маслов А. О. Інформаційно-знання економика : підруч. 2-ге вид., випр. і доповн. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 559 с.
10. Ігнатенко Р. В. Ecological trends of modern marketing activity. Economics. Finances. Law. 2022. No 2. P. 25–29.

Шкала оцінювання

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)