



## Силабус курсу:

### Інтернет-бізнес

Ступінь вищої освіти – магістр  
Галузь знань 27 «Транспорт»  
Спеціальність 275 Транспортні технології (за видами)  
Спеціалізація 275.03 Транспортні технології (на автомобільному транспорті)  
Освітньо-професійна програма «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)»

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

#### Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. Дудар Володимир Тарасович

Контактна інформація

[v.dudar@wunu.edu.ua](mailto:v.dudar@wunu.edu.ua) +38(0352)47-50-74\*13-211

#### Опис дисципліни

Дисципліна «Інтернет-бізнес» орієнтована на глибоке та ґрунтовне засвоєння студентами нової філософії комерційної діяльності в мережі Інтернет. На сьогоднішній час спостерігається зміщення акцентів з комунікаційної та інформаційно-пошукової функцій інтернету на реалізацію з його допомогою завдань сучасного бізнесу. Це відбувається завдяки здатності мережевих технологій докорінно змінювати спосіб взаємодії між людьми і компаніями, методи дослідницької діяльності, купівлі-продажу тощо. Інтернет не тільки забезпечує швидке розповсюдження інформації та як наслідок, зворотного зв'язку, а й змінює та підсилює конкуренцію в більшості традиційних галузей економіки, таких як ЗМІ, роздрібна торгівля, інформатизація, телекомунікації, фінансові послуги, транспортування, освіта тощо.

Таким чином, метою курсу «Інтернет-бізнес» є формування цілісної системи знань про інтернет-бізнес через вивчення термінологічного апарату, розкриття усіх наведених понять і внутрішньої логіки явища, а також надання уявлення про організаційно-технологічну модель бізнесу в інтернеті. За мету предмету вважається й здобуття студентами практичних навичок з проведення ділових операцій електронними засобами глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

#### Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4 / 2	Тема 1. Введення в інтернет-бізнес	Ознайомлення із базовими принципами функціонування інтернет-бізнесу	Поточне опитування
4 / 2	Тема 2. Основні підходи до створення Інтернет-компаній	Уміння застосувати теоретичні та прикладні аспекти формування та функціонування Інтернет-компаній	Поточне опитування
4 / 2	Тема 3. Основні способи ведення інтернет-бізнесу	Здатність розробити структуру віртуального представництва відповідно до його завдань	Стандартизовані тести
4 / 2	Тема 4. Системи інтернет-бізнесу у корпоративному	Вміння проводити аудит корпоративних інтернет-систем, проектувати віртуальне підприємство у	Групові завдання

	секторі: корпоративні представництва в Інтернет, віртуальні підприємства, Інтернет-інкубатори та мобільна комерція	вигляді макету та технічного завдання, використовувати інструментарій мобільної комерції	
4 / 2	Тема 5. Сервіси та платформи для ведення інтернет-бізнесу	Здатність використовувати такі інструменти як Google Merchant, SERanking та Search Console при здійсненні бізнесу в інтернеті	Стандартизовані тести
4 / 2	Тема 6. Особливості маркетингової діяльності на електронному ринку	Вміння формувати комплекс цифрових інструментів маркетингу (контекстуа реклама, пошукова оптимізація, електронні розсилання та ін.) для конкретного завдання бізнесу в інтернеті	Поточне опитування
4 / 2	Тема 7. Оперування Big Data в електронному бізнесі	Знання систем аналітики, зокрема, Google Analytics, та вміння структурувати обсяги статистично-звітної інформації за допомогою Google Data Studio	Поточне опитування

### Рекомендовані джерела інформації:

1. B2B Content Marketing: 2017 Benchmarks, Budgets and Trends Report. Content Marketing Institute and MarketingProfs University. URL: [http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2016/09/2017\\_B2B\\_Research\\_FINAL.pdf](http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2016/09/2017_B2B_Research_FINAL.pdf)
2. Douglas K. What's the Right Marketing Budget as a Percentage of Revenue? MarketingTechBlog. 2015. URL: <https://www.marketingtechblog.com/marketing-budget-percentage-revenue/>.
3. Haida T., Lehky O., Pidhurska I. Semantic Core Parsing in Search Engine Optimization Process 9th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (5-7 June 2019). Ceske Budejovice, Czech Republic, 2019. P. 358-361.
4. Hanlon A. McKinsey's consumer decision journey. Smart Insight: Actionable Marketing Advice. 2016. URL: <http://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/mckinseys-consumer-decision-journey/>.
5. Knipp K. Get Agile: Running a Marketing Team Like a Startup. Hubspot Blog. 2017. URL: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/13703/get-agile-running-a-marketing-team-like-a-startup.aspx>.
6. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Somerset: Wiley, 2016. 208 p.
7. Pinsker J. The Future of Retail Is Stores That Aren't Stores. The Atlantic. 2017. URL: <https://www.theatlantic.com/business/archive/2017/09/future-retail-experiences-juice-bars/539751/>.
8. Rindfleisch, A., O'Hern, M., & Sachdev, V. (2017). The Digital Revolution, 3D Printing, and Innovation as Data. Journal of Product Innovation Management, 34 681-690.
9. Scott S. The Marketing Department of the Future. The Moz Blog. URL: <https://moz.com/blog/the-marketing-department-of-the-future>
10. The 4 Best Retail Business Strategies. *Wharton Magazine*. 2018. URL: <https://magazine.wharton.upenn.edu/issues/spring-summer-2018/the-4-best-retail-business-strategies/>
11. Коен Дж., Шмідт Е. Новий цифровий світ / Пер. з англ. Г. Лелів. Львів: Літопис, 2015. 368 с.
12. Легкий О. А. Організація відділу маркетингу в умовах четвертої промислової революції / Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету «Економіка та суспільство». 2018. № 14.
13. Легкий О.А., Сохацька О.М. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату. Маркетинг і цифрові технології. 2017. № 2. С. 4-31.
14. Рэбхэн Б. От кликов к продажам. Как повысить продажи через оптимизацию конверсии / Пер. с англ. Ю. Дворецкой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 304 с.

## Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (зниження від 10 до 20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, кількість дозволених (невідпрацьованих) пропусків задає межі максимального балу за курс та узгоджується з викладачем відповідно до дійсної кількості занять. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування чи загальні форс-мажорні обставини) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

## Складові оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 РКР (ректорська к/р)	Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПІЗ та тренінг)	Разом (%)
30%	40%	30%	100
Усне опитування під час занять (4 теми) - 10 балів за тему - макс. 40 балів; Модульна контрольна робота - макс. 60 балів	Усне опитування під час занять (3 теми) 10 балів за тему - макс. 30 балів; Модульна контрольна робота - макс. 70 балів	Підготовка КПІЗ - макс. 40 балів; Захист КПІЗ - макс. 40 балів; Участь у тренінгах - макс. 20 балів	

## Врахування результатів неформальної освіти:

При наявності у студента результатів навчання, забезпечених неформальною освітою, допускається зарахування на «відмінно» деяких зазначених компонентів підсумкової оцінки залежно від конкретного випадку.

Зарахованими можуть бути і модульні оцінки при релевантності опрацьованого контенту стосовно відповідного змісту курсу чи його частини. Для перевірки одержаних студентом знань чи умінь в процесі неформальної освіти, може бути організована співбесіда чи тестове завдання, форма і зміст якого погоджується із студентом.

**Рекомендовані програми для курсу, проходження яких забезпечить зарахування модульної оцінки:**

- Загальні курси із ведення бізнесу в Інтернеті, електронної комерції (платформи MOOC - CoursEra, Prometheus та ін.)
- Курси із основ веб-програмування (HTML-Academy, JetBrains та ін., включаючи і «офлайн» місцеві програми-курси)
- Сертифікати з конкретних інструментів Google для інтернет-бізнесу у системі Google Skillshop.