



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

СИЛАБУС

Назва дисципліни	Електронні інструменти бізнесу
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Коханевич Тетяна Петрівна
CV викладача на сайті кафедри	http://rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1209-kokhanevych-tetiana-petrivna
E-mail викладача:	tetyana.kokhanevych@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Електронні інструменти бізнесу» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти компетентностей, необхідних для ефективного використання цифрових технологій у підприємницькій діяльності та маркетингових процесах.

Мета: є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо використання сучасних цифрових технологій для автоматизації бізнес-процесів, аналітики ринку, управління маркетинговими кампаніями та підвищення ефективності бізнес-діяльності в умовах цифрової економіки.

Завданням навчальної дисципліни є навчити студентів використовувати Google Analytics, Google Ads, Meta Business Suite, HubSpot, SendPulse та інші цифрові сервіси для просування бізнесу. Розвинути навички роботи з інструментами веб-аналітики, SEO та контекстної реклами. Сформувати вміння планувати, запускати та оцінювати ефективність рекламних кампаній в інтернеті. Ознайомити з принципами створення та ведення електронної комерції (маркетплейси, інтернет-магазини, мобільні додатки). Навчити працювати з інструментами автоматизації маркетингу (email-розсилки, чат-боти, персоналізація контенту).

Очікувані результати навчання

У результаті вивчення дисципліни «Електронні інструменти бізнесу» бакалавр оволодіває такими **компетентностями:**

Інтегральна компетентність - здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Процес вивчення дисципліни спрямований на отримання таких **програмних результатів навчання:**

Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Вступ до дисципліни. Основи цифрової економіки

Тема 2. Електронна комерція: інструменти та платформи

Тема 3. CRM-системи та автоматизація маркетингових процесів

Тема 4. Основи веб-аналітики та робота з Google Analytics

Тема 5. SEO та контент-маркетинг

Тема 6. Реклама у цифровому середовищі: Google Ads, Meta Ads, PPC

Тема 7. Маркетинг у соціальних мережах (SMM)

Тема 8. Електронний документообіг та хмарні сервіси

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна

1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. *Електронний бізнес*. – Київ: УМО, 2022.
2. Юдіна Н.В. *Маркетинг в інформаційному суспільстві*. – Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021.
3. Писаренко Н.Л., Царьова Т.А., Кофанов Є. *Маркетинг. Вступ до спеціальності*. – Київ: КПП, 2020.

Допоміжна

1. Філановський О. *Карго-маркетинг і Україна*. – Київ: Наш Формат, 2023.
2. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. *Маркетинг 4.0: Від традиційного до цифрового*. – Київ: Вид. група КМ-Букс, 2021.
3. Софієнко А.В. *Теоретичний маркетинг*. – Миколаїв: НУК ім. адмірала Макарова, 2022.
4. Збірник тез доповідей *Маркетинг, реклама та PR: новітні технології для бізнесу*. – Київ: КНТЕУ, 2022.
5. Виноградова О.В., Недопако Н.М. *Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні*. – Київ: Наукове видання, 2021.

19. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг»:
https://www.rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/2024/osv_prog_bak_075_marketing_2024.pdf
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом: <http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Сайт-платформа кафедри економіки та управління бізнесом для дистанційного навчання: www.kibernetika.rv.ua.

Бібліотеки:

1. РДГУ: <http://library.rshu.edu.ua>,
2. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека: <https://libr.rv.ua>
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського – www.nbuv.gov.ua
4. Державна науково-технічна бібліотека України – www.gntb.n-t.org/
5. Законодавство України <http://www.zakon.rada.gov.ua>
6. Урядовий портал <http://www.kmu.gov.ua>

Система оцінювання

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету https://www.rshu.edu.ua/files/univer/pol_ocinuvana_znan_umin_zvo_rshu_2018_zamin.pdf

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи, модульного контролю, оцінка (бали) за залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти під час вивчення дисципліни

№ з/п	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
Обов'язкові			
T1	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T2	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T3	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T4	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T5	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T6	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T7	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
T8	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	10	10
Модульний контроль		20	
Разом		100	
Наукова робота (необов'язкові) – враховуються додатково			
Підготовка тез доповідей (без виступу)		10	
Виступ на науковій конференції та публікація тез доповідей		20	
Участь у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		30	
Призове місце у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		10	
Публікація наукової статті за тематикою навчальної дисципліни у фаховому виданні категорії «Б»		40	

Політика оцінювання

Політика щодо дедайтів та перескладання. Завдання здобувачі вищої освіти мають виконувати і здавати відповідно до графіку освітнього процесу. Перескладання модулів,

заліків, екзаменів відбувається у терміни ліквідації академічних заборгованостей, визначених кафедрами та деканатами.

Політика щодо академічної доброчесності. Здобувач вищої освіти під час виконання самостійної та індивідуальної роботи повинен дотримуватися політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.

Силабус розроблено на основі робочої програми навчальної дисципліни
«Електронні інструменти бізнесу»
(протокол № 15 від 26 грудня 2024 року)