

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

WEB-МАРКЕТИНГ SEO

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “27” серпня 2020 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	WEB-маркетинг SEO
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Викладач (-і)	Благун Іван Іванович, к.е.н., доц. менеджменту і маркетингу
Контактний телефон викладача	+380996312526
Е-mail викладача	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	6 кредити ЄКТС, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді/сайті кафедри
2. Анотація до курсу	
<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є технології управління SEO на підприємстві, умови його розвитку та практичного застосування.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасні соціально-комунікаційні технології. 2. Аудит складових маркетингу 	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Метою дисципліни є формування у студентів сукупності знань в області теорії та практики Інтернет маркетингу; отримання ними вмінь та навичок самостійної розробки програм просування підприємств та їх товарів в мережі Інтернет.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із проведення SEO на підприємстві.</p>	
4. Компетентності та результати навчання	
Програмні компетентності	
<p>ПК. 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.</p> <p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>	

СК13.Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

СК14.Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8.Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН15.Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

5. Організація навчального курсу

Обсяг курсу- 180 год

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	28
практичні заняття	32
самостійна робота	120

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	075 маркетинг	3	Вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Термін виконання
Тема 1.Основні поняття, термінологія SEO	Лекція, семінарське заняття	[5-7,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Принципи роботи пошукових систем	Лекція, семінарське заняття	[1-4,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Аналіз пошукового попиту та методи оцінки просування	Лекція, семінарське заняття	[2-6,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 4. Методика створення семантичного ядра	Лекція, семінарське заняття	[2-6,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом

Тема 5. Аналіз статистики сайту та контент-аналіз	Лекція, семінарське заняття	[1-4,10]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 6. Корекція сайту для просування у пошукових системах.	Лекція, семінарське заняття	[1-3,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Робота із посиланнями	Лекція, семінарське заняття	[3-4,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 8. Пошукова реклама та просування сайтів в Інтернет-спільнотах	Лекція, семінарське заняття	[2-8,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Порівняльний аналіз сервіси автопросування	Лекція, семінарське заняття	[3-6,10]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 10. Таргетинг у пошуковій рекламі.	Лекція, семінарське заняття	[4-7,9]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття	До наступного заняття за розкладом

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p>100 бальна (100 балів протягом семестру)</p> <p>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного</p>
-----------------------------------	---

матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вмє правильно застосувати набуті знання до розв'язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв'язки; “незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінам			
Поточне тестування та самостійна робота			Сума балів з навчальної дисципліни 100
Поточний контроль	Самостійна робота	Індивідуальне завдання	
Теми 1-10	Теми 1-10		
80	10	10	
100			

Вимоги до письмової роботи	Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента.
----------------------------	---

Семінарські заняття	Семінарське заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Неформальна освіта може бути зарахована в розрізі однієї з тем (або декількох тем). Врахування неформальної освіти відбувається в разі відповідності назви диплома чи сертифікати про неформальну освіту з назвою теми дисципліни (або тем дисципліни).
---------------------	---

Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 50 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-80 балів). Самостійна робота (1-10 балів). Індивідуальне завдання (1-10 балів).
--	---

7. Політика курсу

1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).
2. Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання розрахункових робіт, проходження тестування в дистанційній формі навчання, виконання індивідуальних творчих завдань.
3. Опрацювання і підготовка до дискусій з приводу матеріалу, викладеного в хрестоматіях для самостійної роботи.
4. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.
5. Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.
Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри.
Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні незадовільні оцінки, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.
Наголошується дотримання принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату

у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за умови індивідуального графіку роботи студента. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно графіку консультацій викладача.

8. Рекомендована література

Основна

1. Литовченко, І. Л. Інтернет-маркетинг: навч. посібник / Ірина Львівна Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : ЦУЛ, 2008. – 184 с.
2. Гроховский Л. SEO. руководство по внутренним факторам [Текст] :/ Л. Гроховский. – © Центр исследований и образования «ТопЭксперт.РФ», 2011, – 133 с.
3. Ашманов, Игорь Станиславович. Оптимизация и продвижение в поисковых системах. 4-е изд. " Издательский дом"" Питер""", 2018.
4. Алтунина Ю. О., Филонова А. С., Горлова О. Е. Современные вопросы поисковой оптимизации [Электронный ресурс]: монография. – СПб.: Научное издание, 2019. – 168 с. – URL: <https://publishing.intelgr.com/archive/poiskovayaoptimizatsiya.pdf>
5. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45
6. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.

Допоміжна

7. Barden Ph. The Science Behind Why We Buy. New York: John Wiley & Sons, 2013. 288 p.
8. 4. Douglas K. 2015 State of Digital Marketing. Spiceworks IT Platform. 2014. URL: <http://www.spiceworks.com/marketing/2015-state-digital-marketing/>.
9. Gu, X., Kannan, P. K., & Ma, L. (2019, March 20). How companies can get the most out of a freemium business model. Harvard Business Review.
10. Фитеров, Денис. "Seo-продвижение сайта практические рекомендации." бит. Бизнес & Информационные технологии 7 (2019): 46-50.
11. Мелькин, Никита, and Клим Горяев. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов. Litres, 2018.
12. Пиксина, Анастасия Григорьевна, and Надежда Николаевна Ивер. "SEO-продвижение в системе комплексного интернет-маркетинга." Социальные науки 2 (2018): 49-55.

Викладач

Благун І.І.