|  |
| --- |
| **УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**  |
|  | **СИЛАБУС** **«ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В БІЗНЕСІ»** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Статус дисципліни** | Вибіркова дисципліна циклу фахової підготовки |
| **Код та назва спеціальності та** **спеціалізації (за наявності)** | 076 «Підприємництво та торгівля» |
| **Назва освітньої програми** | Підприємництво та торгівля |
| **Освітній ступінь** | Третій (освітньо-науковий) |
| **Обсяг дисципліни** (кредитів ЄКТС) | 3 кредити ЄКТС (90 академічних годин) |
| **Терміни вивчення дисципліни** | Другий курс |
| **Назва кафедри, яка викладає дисципліну,** **абревіатурне позначення** | Кафедра економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня(ЕП) |
| **Мова викладання** | Українська |

**Лектор ( викладач(і))**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Канд. екон. наук, доцент**СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЇВНА** |
| t.v.semenova@ust.edu.ua |
| https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217 |
| лінк на дисципліну (за наявністю) |
| м. Дніпро, пр. Науки, 4, кім. 350, тел. +38096 213 5894 |
| **Передумови вивчення дисципліни** | Знання з маркетингу, економіки підприємства, електронної торгівлі, конкурентоспроможності бізнесу та стійкості його функціонування, отримані на першому та другому рівні навчання |
| **Мета навчальної дисципліни** | Формування системи знань і навичок у використанні інтернет-технологій на підприємствах, економічного оцінювання ефективності їхнього використання; оволодіння необхідними аспектами роботи з базами даних, програмами, що забезпечують роботу користувачів в комп'ютерних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами у сфері Інтернет-комунікацій. |
| **Очікувані результати навчання** | Мати передові концептуальні, методологічні знання у сфері підприємництва та торгівлі та/або на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, які є достатніми для проведення наукових, прикладних досліджень на рівні актуальних світових досягнень, отримання нових знань та/або здійснення інноваційної професійної діяльності.Розробляти та досліджувати концептуальні, математичні, комп’ютерні моделі процесів і систем, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у сфері підприємництва та торгівлі, а також у дотичних міждисциплінарних напрямах.Аналізувати та оцінювати стан, тенденції розвитку підприємництва та торгівлі, застосовувати сучасні методології, методи та інструменти для вирішення актуальних проблем у професійній практиці.Формулювати та перевіряти гіпотези, використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, актуальні літературні та інформаційні джерела, результати теоретичного аналізу, моделювання, експериментальних досліджень.Планувати і виконувати теоретичні та/або емпіричні дослідження з використанням сучасних методів й інструментів, здійснювати критичний аналіз результатів власних або сторонніх досліджень у контексті усього комплексу сучасних знань щодо проблем у сфері підприємництва та торгівлі та дотичних міждисциплінарних напрямів, з дотриманням норм академічної і професійної етики. |
| **Зміст дисципліни** | Розділ 1. Основи Інтернет-комунікаційРозділ 2. Використання соціальних Інтернет-комунікаційРозділ 3. Ефективність використання Інтернет-комунікацій |
| **Контрольні** **заходи та критерії** **оцінювання** | Оцінки розділів визначаються за 12-бальною шкалою Семестрова оцінка формується як середнє арифметичне визначених за 12-бальною шкалою оцінок розділів (РО1, РО2 та РО3) з подальшим переведенням до 100-бальної шкали за визначеною методикою. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни дорівнює семестровій оцінці. |
| **Політика викладання** | Аспірант допускається до семестрового оцінювання за наявності позитивних оцінок (не нижче 4 балів за 12-бальною шкалою) з усіх розділів. Необхідною умовою отримання позитивної оцінки кожного розділу є відпрацювання практичних занять. |
| **Засоби навчання** | Мультимедійний комплекс для проведення інтерактивних лекцій, комп’ютерні робочі місця для проведення практичних занять |
| **Навчально-методичне забезпечення** | **Основна література**1. Смит П. Маркетинговые коммуникации. Комлексный подход. Пер. з англ. Київ: Знання-Прес, 2003. 796 с.
2. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. За наук. ред. Н. В. Морзе. Івано-Франківськ: «Лілея\_НВ», 2015. 264 с.
3. Гуржий А.Н., Карпухин А.В., Тимофеев В.А. Internet-технологии в бизнесе: учеб. пособ. Харків: СМИТ, 2014. 340 с.
4. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с.
5. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку: навчальний посібник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.
6. Шевчук І.Б. Бізнес у соціальних мережах: Навч. посіб. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг 4,0 Від традиційного до цифрового. Пер. з англ. Київ: Країна мрій, 2018. 224 c.

**Допоміжна література**1. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
2. Дайсон Естер. Життя за доби Інтернету: release 2/1. Пер. з англ. Київ: Видавничий дім «АЛЬТЕРНАТИВИ», 2012. 344 с.
3. Філіна О. Facebook-ефект для бізнесу та самопіару. Книга-тренінг для просування у Facebook. Київ: «Агенція. Айпіо», 2014. 180 с.
4. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ: КНТЕУ, 2014. 331 с.
5. Воронюк А., Полищук А. Актуальні Онлайн-комунікації у маркетингу. Київ: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.

**Інформаційні ресурси в Інтернеті**1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: http://[www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua/)
2. Міністерство економіки. Офіційний сайт. URL: http://[www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua/)
3. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: http://[www.mof.gov.ua](http://www.mof.gov.ua/)
4. Державна служба статистики України.  Офіційний сайт. URL: http://[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua/)
5. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Офіційний сайт.  URL:  http://www.nbuv.gov.ua/
6. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України Офіційний сайт. URL: [www.smida.gov.ua/emitents](http://www.smida.gov.ua/emitents)
7. Україна: аналітика та статистика. Офіційний сайт.  URL:  <http://zet.in.ua>
 |