

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
 Факультет економіки та бізнес-адміністрування
 Кафедра маркетингу

УЗГОДЖЕНО
 Декан ФЕБА


 Сергій СМЕРЧЕВСЬКИЙ
 «30» 01 2023 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
 Проректор з навчальної роботи


 Анатолій ПОЛУХІН
 «02» 02 2023 р.



Система менеджменту якості


РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Управління Інтернет-проектами»

Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»
 Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
 Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	8	120 / 4	24	36	–	60	2ДЗ-8с	-	Екзамен – 8 с
Заочна	8,9	120 / 4	8	6	–	106	2 К.р – 9с	-	Екзамен – 9 с

Індекс: НБ-6-075-2/21-2.1.33,
 РБ-6-075-2/21-2.1.33,
 НБ-6-075-2з/21-2.1.33,
 РБ-6-075-2з/21-2.1.33


СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 2 із 14	

Робочу програму навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів: №НБ-6-075-2/21, №РБ-6-075-2/21, №НБ-6-075-2з/21 та РБ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:
доцент кафедри маркетингу _____  Олексій ЯРМОЛЮК

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 30 від « 27 » 12 2022 р.

Гарант освітньо-професійної програми _____  Олексій ЯРМОЛЮК

Завідувач кафедри _____  Тетяна КНЯЗЄВА

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 4 від « 01 » 02 2023 р.


Голова НМРР _____  Анатолій ТОФАНЧУК

Рівень документа – 3б
 Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник



ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	7
2.1. Зміст навчальної дисципліни	7
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	7
2.3. Тематичний план	9
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)... ..	9
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену	11
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	11
3.1. Методи навчання	11
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	11
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	12
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь..	12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 4 із 14	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА


1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в розумінні особливостей і специфіки здійснення управління Інтернет-проектами.

Метою навчальної дисципліни є підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок ефективного управління проектом в мережі Інтернет, вибору моделі та методики розробки проекту, використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для ведення проекту, інструментів маркетингових досліджень з метою підвищення ефективності ведення проекту від початку до завершення..

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- оволодіння теоретичними засадами управління Інтернет-проектами;
- вивчення процесів системи управління Інтернет-проектами;
- засвоєння особливостей розвитку управління Інтернет-проектами в Україні на сучасному етапі;
- вивчення науково-теоретичної і методичної бази оцінювання Інтернет-проектів;
- оволодіння методиками оцінки актуальності використаного інструментарію маркетингу в Інтернет-проектах;
- вивчення особливостей сучасних міжнародних методів управління Інтернет-проектами;
- вимірювання і оцінювання якості Інтернет-продукту;
- розгляд специфіки, особливостей та технології розроблення і впровадження Інтернет-проектів;
- дослідження проблем в Інтернет просторі;
- розгляд особливостей та технології розробки та впровадження Інтернет-проектів;
- розвиток навичок самостійної праці щодо використання нормативно-технічних документів на практиці;
- планувати й організувати власну діяльність, сполучати в ній головні принципи організації та управління, застосовуючи залежно від ситуації, найбільш доцільні й ефективні стилі і методи роботи, що забезпечують формування компетенції.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 5 із 14	

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

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

– Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу (ПРН3).

– Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності (ПРН6).

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

– Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (ПРН9).

– Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи (ПРН19).

– Вміти обґрунтовувати інноваційні та ефективні методи, застосовувати особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, формувати оптимальний асортимент, вміти підвищувати обсяги продажу, укріпити репутацію та сформувати попит на новий продукт компаній в мережі Інтернет, використовувати інструменти маркетингу для просування програмних продуктів та послуг на електронному ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємств (ПРН23).


– Розвивати електронну модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій, використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, вміти планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних (ПРН25).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

– 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 (ІК).

– Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).

– Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 6 із 14	

– Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК6).

– Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1).

– Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (ФК2).

– Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (ФК3).

– Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності (ФК10).

– Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому, споживчому та електронному ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища (ФК15).


– Здатність виявляти знання та розуміння можливостей інформаційно-комунікаційних технологій як способів дослідження соціально-економічних процесів і явищ, використання сучасного програмного забезпечення при прийнятті маркетингових рішень в професійної діяльності (ФК17).

– Здатність формувати систему інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства та застосовувати онлайн засоби, методи і алгоритми збору та обробки інформації, необхідної для проведення аналізу ринку, поведінки споживачів, конкурентів та ринкових суб'єктів, в тому числі авіаційних підприємств в сучасних ринкових умовах (ФК19).

– Здатність розуміти особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, застосувати основні засоби і методи планування та організації збуту на електронному ринку, налагоджувати комунікації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах, розробляти стратегії та оптимально вибирати інструменти та методи ефективного оптимізування веб-сайтів, збирати, аналізувати, вимірювати, подавати та тлумачити інформацію про відвідувачів веб-сайтів з метою прийняття дієвих маркетингових рішень для ринкових суб'єктів в тому числі підприємств авіаційної галузі (ФК21).

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Маркетинг: Вступ до спеціальності», «Маркетинг», «Хеджування маркетингових ризиків», «Основи управління якістю товарів», «Управління споживчим досвідом (customer experience)», та є базою для написання кваліфікаційної роботи.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 7 із 14	

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного **навчального модуля № 1 «Теоретичні засади системи управління Інтернет-проектами»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль № 1 «Теоретичні засади системи управління Інтернет-проектами»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:


- основні категорії, поняття, терміни, визначення курсу;
- споживчі вимоги до властивостей та функцій Інтернет-проектів;
- зміст і послідовність стадій формування проектів;
- зміст факторів, що обумовлюють вибір методів створення Інтернет-проектів;
- методи управління якістю на різних рівнях;
- порядок побудови процесної структури організації та системи управління;
- вітчизняний і міжнародний досвід з управління Інтернет-проектами;

вміти:

- користуватися нормативними документами, що регламентують вибір Інтернет-проекта;
- використовувати методи створення Інтернет-проектів;
- проводити комплексну оцінку якості Інтернет-проектів;
- визначати чинники поліпшення якості продукту та забезпечення його конкурентоспроможності;
- інтерпретувати та застосовувати на практиці принципи, методи та інструменти управління Інтернет-проектів;
- визначати бізнес-процеси системи управління Інтернет-проектів;
- формувати процесні структури та системи управління Інтернет-проектів;
- розробляти та реалізовувати заходи щодо організації робіт з розробки та впровадження систем управління Інтернет-проектів;
- здійснювати підготовку та проведення аудиту стану системи управління.

Тема 1. Основні поняття «проект». Моделі проекту

Сутність понять «проект» і «управління проектами». Класифікація проектів. Властивості проектів. Характеристика проектів з позиції процесного підходу. Методи управління проектами. Системи управління проектами. Основна діяльність

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2023
		Стор. 8 із 14	

за проектом і забезпечення проекту. Життєвий цикл проекту. Фази проекту: передінвестиційна фаза, інвестиційна фаза, експлуатаційна фаза. Типи життєвих циклів проекту. Однофазні та багатофазні проекти. Предиктивні життєві цикли проекту, ітеративні та інкрементні життєві цикли, адаптивні життєві цикли проекту.

Тема 2. Методології ведення проектів. Agile. Scrum. Kanban

Загальна характеристика основних методів ведення проектів. Класифікація основних методів проєктів. Теоретичні аспекти методології ведення проектів.

Тема 3. Проектна документація

Значення та сутність проектної документації. Визначення основних термінів. Процедура розроблення проектної документації. Стадії проектування. Затвердження документації.

Тема 4. Ролі в проектній команді

Людський чинник в управлінні науковими проектами. Мета створення проектної команди і завдання проект-менеджера. Етапи формування проектної групи. Координаційна група проекту.

Тема 5. Інструменти та сервіси для ведення проекту

Значення та сутність інструментів та сервісів для ведення проекту. Основні відмінності. Класифікація інструментів та сервісів для ведення проекту. Процедура вибору інструментів та сервісів для ведення проекту.

Тема 6. Аналітика проекту


Методи оцінки проекту. Класифікація методів. Оцінка складності проекту. Тип клієнта. Розмір та терміни. Тип контракту. Методологія. Базовий stakeholder analysis.

Тема 7. Розробка управлінських рішень на основі аналітичних даних отриманих під проведення маркетингових досліджень в Інтернет для покращення проекту

Цілі маркетингових досліджень проекту. Методи маркетингових досліджень проекту. Основна мета маркетингового планування проекту. Етапи процесу прийняття рішень. Типові задачі прийняття рішень. Критерії та вимоги до набору критеріїв. Класифікація проблем організаційного управління. Моделі підтримки управлінських рішень. Прийняття рішень в умовах ризику, невизначеності, конфлікту. Підтримка прийняття рішень з використанням електронних таблиць. Використання технік візуалізації в процесі прийняття рішень

Тема 8. Оцінка ефективності Інтернет проекту, ключові показники та метрики

Основні метрики і KPI. Об'єм цільового трафіку. Кількість лідів. Показник конверсії. Кількість продажів із сайту. ROI/ROMI.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 9 із 14	


2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС
Модуль №1 «Теоретичні засади системи управління Інтернет-проектами»									
		8 семестр				8 семестр			
1.1	Основні поняття «проект». Моделі проекту	10	2	2	4	12	2	-	10
1.2	Методології ведення проектів. Agile. Scrum. Kanban	16	2	2	6	12	2	-	10
1.3	Проектна документація	10	2	2	4	6	-	-	6
1.4	Ролі в проектній команді	10	2	2	4	9 семестр			
						13	-	1	12
1.5	Інструменти та сервіси для ведення проекту	12	2	2	4	15	1	2	12
1.6	Аналітика проекту	12	2	2	6	16	1	1	14
1.7	Розробка управлінських рішень на основі аналітичних даних отриманих під проведення маркетингових досліджень в Інтернет для покращення проекту	12	2	2	4	16	1	1	14
1.8	Оцінка ефективності Інтернет проекту, ключові показники та метрики	16	2	2	6	14	1	1	12
1.9	Домашнє завдання №1	8	-	-	8	-	-	-	-
1.10	Домашнє завдання №2	8	-	-	8	-	-	-	-
1.11	Модульна контрольна робота №1	8	-	2	6	-	-	-	-
1.12	Контрольна (домашня) робота №1 (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
1.13	Контрольна (домашня) робота №2 (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
Усього за модулем №1		120	24	36	60	120	8	6	106
Усього за навчальною дисципліною		120	24	36	60	120	8	6	106

2.4. Домашні завдання, завдання, завдання на контрольні (домашні) роботи (ЗФН).

В четвертому семестрі студенти виконують домашнє завдання №1 (ДЗ №1) та домашнє завдання №2 (ДЗ №2), відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області управління Інтернет-проектів.

Конкретна мета ДЗ №1 полягає в отриманні уявлення про основи та особливості управління якістю товарів, про особливості використання методів управління Інтернет-проектів та формування у студентів умінь застосовувати ці методи в практичній діяльності.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПП 11.01.03–01–2023
		Стор. 10 із 14	

Для успішного виконання ДЗ №1 студент повинен **знати** теоретичні підходи щодо визначення проектів, теоретичні підходи щодо управління Інтернет-проектами, основні поняття й принципи управління Інтернет-проектів, особливості використання інструментів та сервісів для ведення Інтернет-проектів та **вміти** виявляти споживчі потреби, виявляти чинники впливу та забезпечення конкурентоспроможності Інтернет-проектів, застосовувати теоретичні, методичні та організаційні основи управління Інтернет-проектами; будувати основні схеми управління проектами, аналізувати та застосовувати на практиці принципи, методи й правила управління Інтернет-проектами.

Виконання, оформлення та захист ДЗ №1 здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ №1, – до 8 годин самостійної роботи.


Конкретна мета ДЗ №2 полягає у формуванні системного маркетингового мислення при вивченні курсу, використанні методів управління проектами як ефективного інструментарію підвищення ефективності управлінських рішень, здійсненні вибору проекту на основі якісних і кількісних критеріїв, застосовуванні інструментарію управління проектами в діяльності організацій, використанні сучасних концепцій та теорій з систем якості для вирішення управлінських завдань діяльності організації; розробці та впровадженні системи управління Інтернет-проектами в діяльність різних типів організацій, з метою розв'язання проблем підвищення конкурентоспроможності, обґрунтуванні рішення щодо підвищення ефективності функціонування Інтернет-проектів та організації й проведенні оцінки ефективності Інтернет проекту.

Для успішного виконання ДЗ №2 студент повинен **знати** вимоги до аналітики проекту, методи розробки управлінських рішень та методи оцінювання ефективності Інтернет проекту, ключові показники та метрики, основні методи управління проектами як ефективного інструментарію підвищення ефективності управлінських рішень, методи та принципи вибору проекту на основі аналітичних даних отриманих від проведення маркетингових досліджень в Інтернет та **вміти** визначати показники якості проекту, оцінювати якісні й кількісні характеристики Інтернет-проекту, застосовувати теоретичні знання щодо оцінки Інтернет-проектів, робити об'єктивні висновки та документально оформити результати проведених досліджень, вносити свої пропозиції щодо покращення Інтернет-проектів.

Виконання, оформлення та захист ДЗ №2 здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ №2, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів ЗФН – завдання для виконання контрольної роботи №1 та №2 розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2023
		Стор. 11 із 14	

літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2019 р. 208 с.

3.2.2. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків: Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. 240 с.

3.2.3. Управління проектами : навчальний посібник / уклад. : Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.

3.2.4. Маркетингові дослідження: конспект лекцій/ МОН України, Національний авіаційний університет; Загорулько В.М., Коваленко О.В., Скиданенко Н. В., уклад. Київ: НАУ, 2015. 76 с.

3.2.5. Захарова Г. Ю. Секція 1. Аналіз сучасних маркетингових стратегій. Конкурентні стратегії розвитку України в умовах альтерглобалізму. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. 2020. С. 9–11. URL: <http://iuf.edu.ua/wp-content/uploads/2020/04/conference-2020.pdf>.

3.2.6. Петренко Н. О. Управління проектами: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2015. 244 с.


3.2.7. Нестеренко О.В. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень: навч. посібн. За ред. П.І. Бідюка. Київ: Національна академія управління. 2016. 188 с.

3.2.8. Пушкар О. І. Мультимедійне видавництво [Електронний ресурс] : навчальний посібник. 2-ге вид., допов. і переробл. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 212 с.

Допоміжна література

3.2.9. Шлапак Юлія. Електронний підручник (посібник): стан і перспективи в Україні. URL: <http://nbuviar.gov.ua>.

3.2.10. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки».

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2023
		Стор. 12 із 14	

Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. Режим доступу до видання:
<http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/786>

3.2.11. Шелест О. Агентство Інтернет-реклами «Prodex» URL:
banner.ukr.prodex.net.ua.

3.2.12. Методи дослідження юзабіліті. Введення в основні методи юзабіліті-досліджень. URL: <https://useethics.ru/tips/>

3.2.13. Власюк Н. Мобільна відеореклама: тенденції 2020. Marketer: веб-сайт. 2019. URL: <https://marketer.ua/ua/mobile-video-advertising-trends-2020/>

3.2.14. Карачина Н.П. Змістовність поняття «Маркетингова стратегія підприємства» та особливості її розробки. Економічний простір. 2017. No 119. С. 165–172.7.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. www.mr.com.ua

3.3.2. www.er.nau.edu.ua

3.3.3. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.4. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>


3.3.5. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	Модуль №1	
	8 семестр	8, 9 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	18	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	18	20
Виконання та захист домашнього завдання №1	10	-
Виконання та захист домашнього завдання №2	10	-
Виконання та захист контрольної роботи №1 (ЗФН)	-	10
Виконання та захист контрольної роботи №2 (ЗФН)	-	10
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>34 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	24	-
Усього за модулями №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2023
		Стор. 13 із 14	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління Інтернет-проектами»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2023
		Стор. 14 із 14	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	0302	02.02.23	Андрію Мекенце	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1	Борисенко О С	22.02.23	<i>[Signature]</i>	с адекватним

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				