

**Міністерство освіти і науки України  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	07 Управління та адміністрування
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	075 Маркетинг
<b>СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ</b>	Маркетингове стратегічне управління Рекламний менеджмент
<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	2-й
<b>СТУПІНЬ</b>	магістр
<b>ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	маркетолог

**ІНТЕРНЕТ-ДОСЛІДЖЕННЯ.  
Програма навчальної дисципліни**

**Дніпропетровськ  
НГУ  
2016**

Довгань С.М. Інтернет-дослідження : прогр. навч. дисц. для магістрів спеціальності 075 «Маркетинг» / С.м. Довгань ; Нац. гірн. ун-т, каф. маркетингу – Д. : НГУ, 2016. – 9 с.

Рекомендовано до видання редакційною радою ДВНЗ «НГУ» (протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.2016 за поданням методичної комісії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.2016).

## ЗМІСТ

Розділ	Стор.
<b>Передмова</b>	<b>4</b>
<b>1. Галузь використання</b>	<b>4</b>
<b>2. Нормативні посилання</b>	<b>4</b>
<b>3. Базові дисципліни</b>	<b>5</b>
<b>4. Дисципліни, що забезпечуються</b>	<b>5</b>
<b>5. Обсяг дисципліни</b>	<b>5</b>
<b>6. Зміст дисципліни</b>	<b>5</b>
<b>7. Вимоги до інформаційно-методичного забезпечення</b>	<b>6</b>
<b>8. Форма підсумкового контролю, вимоги до засобів діагностики та критеріїв оцінювання</b>	<b>7</b>
<b>9. Вимоги до робочої програми дисципліни</b>	<b>8</b>

## Передмова

Мета дисципліни «Інтернет-дослідження» – надання результатів навчання, необхідних для опанування компетентностей та програмних результатів навчання магістра, що регламентовані освітньо-професійною програмою:

ПК <sub>8</sub>	виявляти дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких задач в сфері маркетингу; організувати і здійснювати збирання первинної інформації в польових умовах, вторинної інформації з будь-яких джерел соціально-економічної інформації
ПК <sub>18</sub>	проводити комплексне дослідження Інтернет-середовища як основи для ведення бізнесу, використовувати інформацію, отримувану із Інтернет-джерел, для прийняття управлінських рішень в організації, розробляти і реалізовувати стратегії і програми просування бізнесу з використанням можливостей Інтернет і соціальних мереж
ПК <sub>27</sub>	обґрунтовувати і обирати інструментальні засоби, інформаційні технології для обробки інформації відповідно до поставленого завдання в сфері маркетингового управління, аналізувати результати розрахунків і обґрунтовувати управлінські рекомендації

### 1. Галузь використання

*Програма поширюється на кафедри*, яким доручено викладання навчальної дисципліни наказом ректора.

*Програма призначена* для:

- розробки робочої програми дисципліни;
- реалізації компетентнісного підходу при формуванні структури та змісту дисципліни;
- визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;
- внутрішнього та зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;
- акредитації освітньої програми.

*Програма встановлює:*

- результати навчання, що забезпечують набуття загальних і професійних компетентностей;
- рівень складності результатів навчання;
- форми діагностики рівня сформованості результатів навчання;
- вимоги до засобів діагностики;
- вимоги до інформаційно-методичного забезпечення дисципліни;
- критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів;
- вимоги до структури робочої програми дисципліни

### 2. Нормативні посилання

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Освітня програма підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» / М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2016. – 12 с.
2. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 37, 38.

3. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341.

4. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 «Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».

5. Наказ МОН України від 06.11.2015 № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266.

### 3. Базові дисципліни

БН <sub>1.2.16</sub>	Маркетингові дослідження
БН <sub>1.2.22</sub>	Соціологія
БВ <sub>2.15</sub>	Психологія PR і реклами
БВ <sub>2.22</sub>	Психологія продажів

### 4. Дисципліни, що забезпечуються

МН <sub>1.1.1</sub>	Діагностування маркетингової діяльності
МН <sub>1.1.6</sub>	Моделювання маркетингових задач

### 5. Обсяг дисципліни

Загальний обсяг – 4 кредити ЄCTS (120 академічних годин).

### 6. Зміст дисципліни

№	Результати навчання	№	Змістові модулі
Програмний результат навчання ПК <sub>8</sub> - виявляти дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких задач в сфері маркетингу; організувати і здійснювати збирання первинної інформації в польових умовах, вторинної інформації з будь-яких джерел соціально-економічної інформації			
1	Визначати місце Інтернет маркетинговій діяльності підприємства,	1.1	Сучасний стан розвитку Інтернет: світ, Україна
		1.2	Інтернет як соціальний феномен, вплив на поведінку кінцевих споживачів
		1.3	Інтернет як інструмент бізнесу
		1.4	Інтернет як середовище бізнесу
		1.5	Задачі маркетингу підприємства, що можуть бути вирішені за допомогою Інтернет
2	Визначати особливості взаємодії Інтернет з інструментами маркетингу, оцінювати фактори впливу на цю взаємодію	2.1	Процес взаємодії компанії з економічними агентами в Інтернет середовищі: чинники, моделі, переваги, недоліки
		2.2	Інтернет як інструмент збирання первинної і вторинної інформації
		2.3	Інтернет в реалізації товарної політики
		2.4	Вплив Інтернет на цінову політику компанії
		2.5	Інтернет в системі маркетингових комунікацій
		2.6	Інтернет як основа електронної комерції
		2.7	Інтернет у побудові CRM систем

№	Результати навчання	№	Змістові модулі
Програмний результат навчання ПК <sub>18</sub> - проводити комплексне дослідження Інтернет-середовища як основи для ведення бізнесу, використовувати інформацію, отриману із Інтернет-джерел, для прийняття управлінських рішень в організації, розробляти і реалізовувати стратегії і програми просування бізнесу з використанням можливостей Інтернет і соціальних мереж			
3	Використовувати методи Інтернет-досліджень для проведення маркетингових досліджень для прийняття управлінських рішень	3.1	Загальна характеристика методів Інтернет досліджень
		3.2	Кібер-етнографія
		3.3	Онлайн контент-аналіз
		3.4	Онлайн фокус-групи
		3.5	Онлайн інтерв'ю
		3.6	Онлайн кількісні дослідження
		3.7	Онлайн анкетування
		3.8	Аналіз соціальних мереж
		3.9	Web-експеримент
Програмний результат навчання ПК <sub>27</sub> - обґрунтовувати і обирати інструментальні засоби, інформаційні технології для обробки інформації відповідно до поставленого завдання в сфері маркетингового управління, аналізувати результати розрахунків і обґрунтовувати управлінські рекомендації			
4	Використовувати Інтернет-інструменти для вирішення задач маркетингу	4.1	Загальна характеристика Інтернет-інструментів для маркетингової діяльності
		4.2	Google Analytic: можливості, інтерфейс, налаштування, формування звітів
		4.3	Google AdWords: можливості, інтерфейс, налаштування, організація і проведення рекламних кампаній

## 7. Вимоги до інформаційно-методичного забезпечення

### 7.1. Склад інформаційного забезпечення:

- навчальний посібник з дисципліни «Інтернет-дослідження»;
- слайди, що відбивають суть результатів навчання;
- нормативна та довідкова література.

### 7.2. Склад методичного забезпечення:

- методичні рекомендації до виконання індивідуального завдання;
- методичні рекомендації до самостійної роботи з підготовки до контрольних заходів.

## 8. Форма підсумкового контролю, вимоги до засобів діагностики та критеріїв оцінювання

8.1. Форма підсумкового контролю – залік за результатами поточного контролю та виконання комплексної контрольної роботи (за необхідності).

### 8.2. Вимоги до засобів діагностики

Інформаційною базою для формування засобів діагностики (тестів відкритого чи закритого типу) має бути система умінь, що передбачена даною програмою.

Тест складається із завдання й еталона. Еталон являє собою зразок повного й правильного рішення.

Параметри тесту – ступінь складності та число суттєвих операцій.

Ступінь складності тесту має відповідати запланованим дисциплінарним умінням, які здобувач повинен демонструвати певними діями під час контрольних заходів (відтворювати, описувати, позначати, називати, зображувати, засвоювати суть, розуміти зміст, розрізняти, порівнювати, ідентифікувати, вибирати, доводити, свідомо використовувати, змінювати, вирішувати, знаходити, пояснювати, розраховувати, аналізувати, диференціювати, охоплювати, відокремлювати, протиставляти, синтезувати, складати, розробляти, розвивати, по новому формулювати, планувати, генерувати, оцінювати, визначати, інтерпретувати, критикувати, прогнозувати тощо).

Число суттєвих операцій – це кількість дій, що мають принципове значення для одержання правильного результату (кроки алгоритму виконання, розрахункові схеми, визначення понять, параметри та їх застосування). Розрахунок числа суттєвих операцій ведеться відповідно до еталона.

Еталонами виконання завдань можуть бути фрагменти навчальної, науково-технічної літератури та інші джерела. У цьому випадку необхідно подати перелік точних посилань на відповідні джерела (бібліографічний опис видання, координати еталону – посилання на сторінку, абзац).

Комплект тестів у повному описі (завдання та еталон) за всіма дисциплінарними компетенціями затверджується кафедрою та входить до складу документації методичного забезпечення.

Для надання прозорості змісту засобів діагностики узагальнені завдання повинні бути доступними студентам протягом усього періоду навчання.

### 8.3. Критерії та процедури оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Об'єктивне оцінювання результатів виконаних завдань можливе (як і будь-яке інше вимірювання) лише при їх зіставленні з еталонами.

Поопераційне зіставлення відповідей з еталонами дозволяє об'єктивно встановити якість виконання завдань з позиції рівня досягнень, тобто частку правильно виконаних суттєвих операцій до їх загальної кількості.

Для надійності діагностики кількість суттєвих операцій в еталонах має бути не менше 30-ти. Зміст еталонів повинен відповідати програмі дисципліни щодо ступеню складності навчальних компетентностей.

### 8.4. Оцінювання результатів навчання

Результати навчання виявляють через визначення рівня сформованості компетентностей, що слугує критерієм оцінювання за схемою додатка до диплома європейського зразка:

#### ***Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти***

Рівень досягнень / Marks, %	Оцінка / Grade
Національна диференційована шкала	
90 – 100	Відмінно / Excellent
74 – 89	Добре / Good
60 – 73	Задовільно / Satisfactory
1 – 59	Незадовільно / Fail
Шкала ECTS	
90 – 100	A
82 – 89	B
74 – 81	C
64 – 73	D

60 – 63	Е
35 – 59	F <sub>x</sub>
1 – 34	F

Рівень сформованості компетенцій здобувача визначають на основі аналізу відповіді, користуючись формулою:

$$P_i = a / m, \%$$

де  $a$  – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій на базі до еталонів рішень;

$m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону рішень.

Інтегральний рівень досягнень студента у засвоєнні матеріалу з дисципліни в цілому обчислюється як середньозважене значення досягнень, продемонстрованих під час кожного контрольного заходу:

$$IP = \sum_{i=1}^n (P_i \times T_i) / T, \%$$

де  $n$  – число змістових модулів;

$P_i$  – рівень досягнень за  $i$ -м модулем, %;

$T_i$  – обсяг  $i$ -го модуля, включаючи індивідуальне завдання;

$T$  – загальний обсяг дисципліни.

## 9. Вимоги до робочої програми дисципліни

9.1. Робоча програма має розроблятися на основі програми дисципліни відповідно до навчального плану та річного навчального плану.

9.2. Робоча програма має містити:

- структуру та зміст дисципліни відповідно до програми дисципліни;
- розподіл загального часу на засвоєння запланованих результатів навчання за видами навчальних занять;
- зміст засобів діагностики (узагальнені завдання);
- бібліографічний список інформаційно-методичного забезпечення дисципліни.



Навчальне видання

Довгань Сергій Михайлович

**ІНТЕРНЕТ-ДОСЛІДЖЕННЯ**

Програма навчальної дисципліни

Видано

у Державному вищому навчальному закладі  
«Національний гірничий університет».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842 від 11.06.2004  
49005, м. Дніпропетровськ, просп. К. Маркса, 19.

Оприлюднено

на сайті Державного вищого навчального закладу «Національний гірничий університет» за  
адресою