



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І
НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки, менеджменту
та комерційної діяльності
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ



Назва курсу	Адміністрування сайтів і блогів
Викладач	Горпинченко Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Контактний телефон	+30667958411
E-mail	77ov77@ukr.net
Обсяг та ознаки дисципліни	Вибіркова дисципліна професійної підготовки, змістових модулів – 2. Форма контролю: залік Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	особливих умов не потребує

1. Мета і завдання дисципліни

Метою освоєння курсу є формування у здобувачів системи навичок та вмій щодо ефективного адміністрування сайтів та блогів в сучасних умовах господарювання, а також накопичення у студентів досвіду та практики створення ефективних систем взаємодії між клієнтами та партнерами, використовуючи сучасні методи Інтернет маркетингу та основи психології комунікативної діяльності в Інтернет просторі.

Завдання вивчення дисципліни:

- вивчення основних принципів функціонування сайтів та блогів;
- ознайомлення здобувачів з головними сервісами мережі Інтернет, що можуть бути успішно застосовані в діяльності підприємства;
- набуття студентами практичних навичок користування основними сервісами Інтернету для їх застосування у складі інформаційної системи підприємства;
- набуття здобувачів практичних навичок створення сайтів та блогів;
- розвиток технічної культури;
- розвиток аналітичного мислення;
- розвиток наукових навичок, логічного та алгоритмічного мислення.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- принципи створення сучасних інформаційних систем, що базуються на інтернет-технологіях;
- основні поняття і теоретичні підходи до адміністрування сайтів та блогів;
- основи інформаційного та технічного адміністрування сайтів;
- сучасні технології подачі інформації за допомогою мультимедії;
- сутність, особливості та технології управління контентом;
- етапи наповнення змісту веб-сайту та блогу;
- основи копірайтингу;
- як проходить подальша підтримка та розкрутка сайту (блогу);
- феномен інтернет-блогінгу з точки зору психології спілкування;
- систему управління блогом;
- критерії оцінки ефективності роботи сайту та блогу.

вміти:

- розробляти ефективну стратегію використання можливостей мережі Інтернет в практичній діяльності підприємства будь-якої галузі;
- грамотно формулювати цілі та задачі сайту (блогу)
- планувати основні етапи створення сайту та коректно організувати роботу в даному напрямку;

- наповнювати сайт (блог) актуальною інформацією в правильно поданому вигляді;
- здійснювати попередню підготовку текстових та графічних матеріалів для використання на сайті;
- вдало обирати систему управління контентом;
- користуватися можливостями дизайну сайту і створення грамотної навігації по сайту;
- створювати блог і його розвивати;
- писати тексти, які «чіпляють»;
- впливати на аудиторію, використовуючи візуальні та текстові інструменти;
- оцінювати ефективність роботи сайту (блогу).

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркоких навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Тема 1: Поняття, структура та різновиди сайтів.

Тема 2. Створення сайту.

Тема 3. Веб-дизайн сайту. Формування власного стилю.

Тема 4. Мультимедіа у веб-дизайні

Тема 5. Феномен інтернет-блогінгу

Тема 6. Створення блогу і його розвиток

Тема 7. Інтернет-маркетинг та його інструменти

Тема 7. Інтернет-маркетинг та його інструменти

Тема 8. Он-лайн контент: поняття та особливості використання

Тема 9. Система управління контентом

Тема 10. Адміністрування сайтів

Тема 11. Розкрутка сайту (блогу) та їх просування

Тема 12. Ефективність сайтів та блогів.

5. Система оцінювання та вимоги

Протягом семестру здобувач вищої освіти може отримати максимум 100 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів.

Критерії оцінки заліку:

- «зараховано» – здобувач вищої освіти має стійкі знання про основні поняття дисципліни, може сформулювати взаємозв'язки між поняттями.

- «не зараховано» – здобувач вищої освіти має значні пропуски в знаннях, не може сформулювати взаємозв'язку між поняттями, що вивчаються в курсі, не має уявлення про більшість основних понять дисципліни, що вивчається. При виставленні загальної оцінки за залік враховуються результати навчальної роботи здобувача протягом семестру.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. Рекомендована література

Основна

1. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навч. посібник. Київ. ДУТ, 2019. 146 с.
2. Кордзая, Н. Р. Основи інтернет-маркетингу [Електронний ресурс] : в 2-х ч.: Ч. 1 : навчальний посібник / Н. Р. Кордзая . — Херсон : Олді-плюс, 2018. — 184 с. — режим доступу: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3780>
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван; переклад з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. – К.: Видавнича група КМ-БУКС, 2018. – 208 с.
4. Литовченко І.Л. Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ 2017 -184 с.
5. Мельник Р.А. Програмування веб-застосунків (фронт-енд та бек-енд): Навчальний посібник. – Львів: Львівська політехніка. – 2018. – 248 с.
6. Мимренко В, Чижевська С. Характеристики Створення сайту. Проектна діяльність в інформатиці – К. : Бібліотека «Шкільного світу», 2018, - 152 с.

7. Ніколенко І.В., Сукач М.К., Оборський Г.О. Маркетинг технічних інновацій. Підручник. Ліра-К. 2020 р. 480 с.
8. Соціально-економічні механізми управління розвитком людських ресурсів в умовах цифровізації та інноватизації: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. О.М. Левченка. Кропивницький: Ексклюзив-Систем, 2021.
9. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
10. Трофименко О. Г. Веб-технології та веб-дизайн : навч. посібник / О. Г. Трофименко, О. Б. Козін, О. В. Задерейко, О. Є. Плачінда. – Одеса : Фенікс, 2019. – 284 с.
11. Oksana Krupa, Volodymyr Krupa, Iryna Dydiv, Olha Horpynchenko, Snizhana Kovalenko. Economic Consequences of the Impact of War on Labor Resources and Tourism in Terms of Ensuring Economic Security. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.22 No.7, July 2022 P.117-122 http://ijcsns.org/07_book/202207/20220715.pdf
12. Emiliya Ohar, Olena Karpil, Nataliia Mykhailuk, Olha Horpynchenko, Andriy Lynda (2022) The Use of Digital Marketing Tools for the Transformation of Brand Communications in the Modern Conditions of the Advertising Business. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security. Vol. 22 No. 11 pp. 733-738. http://paper.ijcsns.org/07_book/202211/202211102.pdf

Додаткова

1. Онлайн дослідження: Kantar Україна // Маркетинг в Україні. – 2020 – №2. – С. 4–6. 3. Лилик Ірина. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2019 рік: Експертна оцінка та аналіз АУМ / Ірина Лилик // Маркетинг в Україні. – 2020 – №1. – С. 4–29
2. Куваєва Т. В. Дослідження особливостей віртуальних виставок у контексті діджиталізації / Т. В. Куваєва, Н. В. Шинкаренко, к.е.н. // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №150. – Дніпро: ПДАБА, 2019. – С. 5-20.
3. Sekerkaya, A. K. (ed), (2020) Contemporary Issues in Strategic Marketing, Istanbul University Press, 292 p. 8. Reyes, Matthew (ed.), (2020) Consumer Behavior and Marketing, IntechOpen, 142 p. 9. Ayman, U., Kemal Kaya, A. (ed.), (2020) Promotion and Marketing Communications, IntechOpen, 206 p.

Інформаційні ресурси

1. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws> - Законодавство України.
2. <http://www.nbuv.gov.ua> – офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського.
3. <http://buklib.net> – Наукова бібліотека "Буковина".
4. Інтернет-портал для управлінців Management.com.ua. URL: <http://www.management.com.ua>.
5. <http://pidruchniki.ws> – Українські підручники он-лайн.
6. www.google.com/business/how-it-works/website/ - платформа для створення

безкоштовних сайтів

7. Bootstrap 3 / [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<http://getbootstrap.com/>

8. Node.J. S. / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://nodejs.org/en/>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «28» серпня 2023 р.