



Силабус навчальної дисципліни «Email-маркетинг»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Освітня програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 22 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 78 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnistva-ta-marketingu.html
Викладач	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.
Контактна інформація викладача	hivassenko@fmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу
Консультації	Аудиторія 107А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів розуміння основ E-mail маркетингу, сутності та поняття E-mail маркетингу, його користі та принципів використання у бізнесі, місце E-mail маркетингу в Інтернет продажах; створення комерційні пропозиції та подієвих листів; розуміння принципу роботи з «сплячими» підписками; використання принципів записку масової розсилки; підходами до аналітики та статистики використання E-mail маркетингу.	
Результати вивчення навчальної дисципліни: – Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. – Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. – Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. – Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. – Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	
Передумови для навчання: Попередньо опановані дисципліни: маркетинг креативних індустрій, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент.	
Зміст навчальної дисципліни Змістовий модуль 1. Стратегічні аспекти Email-маркетингу. Тема 1. Сутність, цілі та завдання Email-маркетингу. Тема 2. Формування стратегії Email-маркетингу. Тема 3. Бази даних в системі цифрового маркетингу. Тема 4. Формування Email-кампанії Змістовий модуль 2. Інструментарій Email-маркетингу. Тема 5. Контент Email-	



маркетингу. **Тема 6.** Платформи та програмне забезпечення Email-маркетингу. **Тема 7.** Моніторинг ефективності Email-маркетингу

**Сторінка курсу
на платформі
Moodle**

Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів.
<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4697>

Рекомендовані джерела:

1. Білицька А. В.; Чуніхіна Т. С. Переваги та недоліки Email-маркетингу. In: The 8th International scientific and practical conference "Trends, theories and ways of improving science"(February 28–March 03, 2023) Madrid, Spain. International Science Group. 2023. 565 p. 2023. p. 211.
2. Виноградова, О. В.; Недопако, Н. М. Digital маркетинг: еволюція розвитку в Україні. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 2021, 18.
3. Долгій Р. С.; Рябик Г. Є. Збільшення повторних продажів за допомогою email-маркетингу. Економіка і менеджмент 2016: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку, 2016, 74-76.
4. Кабанова А. А.; Попова А. О. Цифровий маркетинг: основні інструменти, особливості та тенденції розвитку. Інноваційні наукові дослідження , 2021, 5-3: 30-39.
5. Марєєва-Корольова С. С. E-mail маркетинг: переваги і перспективи розвитку. In: Проблеми і перспективи формування маркетингових стратегій в умовах нестабільних ринків . 2016. p. 224-228.
6. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство , 2018, 17: 296-299.
7. Пестова Р. Г. Email-маркетинг як ефективний інструмент просування. In: матеріали і методи інноваційних досліджень і розробок . 2016. p. 146-148.
8. Пищук І. П. E-mail-маркетинг як інструмент системного маркетингу. Маркетинг та логістика , 2018, 5: 19.
9. Процишин Ю. Ефективність використання e-mail маркетингу. ЛОГОС. Мистецтво наукової думки , 2019, 5: 13-15.
10. Стельмашенко О.; СОБОЛЄВА, А. Еволюція використання e-mail маркетингу. Наукові перспективи (Naukovi perspektivi), 2022, 5 (23).

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Поточний контроль знань	60
Модульний контроль	10
Підсумковий контроль	30
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	



60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4697>

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13