

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

афедра \_\_\_\_\_ маркетингу та міжнародної торгівлі



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

\_\_\_\_\_ 2023 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри маркетингу та

міжнародної торгівлі

Протокол №13 від “22” травня 2023 р.

Т.в.о. завідувача кафедри

Олександр ЛУЦЬКИЙ

”РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП \_\_\_\_\_ «Маркетинг» \_\_\_\_\_

Гарант ОП

\_\_\_\_\_ Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОСНОВИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

спеціальність 075 «Маркетинг»  
освітня програма «Маркетинг»  
Факультет аграрного менеджменту  
Розробник: к.е.н., доцент Алла РЯБЧИК

Київ – 2023 р.

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра \_\_\_\_\_ маркетингу та міжнародної торгівлі \_\_\_\_\_

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Декан факультету аграрного менеджменту  
\_\_\_\_\_ Анатолій ОСТАПЧУК  
\_\_\_\_\_ “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2023 р.

**“СХВАЛЕНО”**

на засіданні кафедри маркетингу та  
міжнародної торгівлі  
Протокол №13 від “22” травня 2023 р.  
Т.в.о. завідувача кафедри  
\_\_\_\_\_ Олександр ЛУЦІЙ

**”РОЗГЛЯНУТО ”**

Гарант ОП \_\_\_\_\_ «Маркетинг» \_\_\_\_\_  
Гарант ОП  
\_\_\_\_\_ Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОСНОВИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

спеціальність 075 «Маркетинг»  
освітня програма « Маркетинг»  
Факультет аграрного менеджменту

Розробники: Алла РЯБЧИК, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри  
маркетингу та міжнародної торгівлі

Київ – 2023 р.

**1. Опис навчальної дисципліни**  
**Основи цифрового маркетингу**  
(назва)

<b>Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь</b>		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	075 «Маркетинг» <small>(шифр і назва)</small>	
Освітня програма	Маркетинг <small>(назва)</small>	
<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) <small>(якщо є в робочому навчальному плані)</small>	- <small>(назва)</small>	
Форма контролю	Іспит	
<b>Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання</b>		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	2	2
Семестр	3	4
Лекційні заняття	30 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	4 год.
Лабораторні заняття	0 год.	0 год.
Самостійна робота	60 год.	112 год.
Індивідуальні завдання	год.	год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	4 год. 4 год.	

**2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни**

*Метою дисципліни «Основи цифрового маркетингу» є формування у студентів розуміння основ цифрового маркетингу, сукупності знань в області теорії і практики цифрового маркетингу; отримання ними умінь і навичок самостійного формування стратегії цифрового маркетингу, визначення необхідних Digital-каналів та Digital-інструментів, оволодінні необхідним навичками роботи з ресурсами, програмами, що забезпечують роботу користувачів в мережі Інтернет, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері цифрового маркетингу.*

*Завдання дисципліни «Основи цифрового маркетингу»* полягають в отриманні студентами знань в сфері цифрових маркетингових технологій, засвоєння основних методів та технологій просування продукції (послуг) у мережі Інтернет, просування сайтів в мережі Інтернет та ефективного використання сучасних інструментів, технологій цифрового маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

- теоретичні аспекти та особливості маркетингу в мережі Інтернет;
- основні поняття та категорії цифрового маркетингу та просування товарів / послуг, компаній у мережі Інтернет;
- планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет;
- особливості інструментів цифрового маркетингу при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- сучасні програмні продукти, інформаційні системи та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- базові принципи оцінки ефективності Інтернет-маркетингової діяльності;
- принципи роботи пошукових систем, рекламних мереж;
- можливості, ключові технології комунікаційної роботи в Інтернеті;
- технології розробки, оптимізації та просування сайтів;
- особливості використання контент маркетингу у просуванні веб-ресурсів;
- особливості залучення цільової аудиторії за допомогою веб-ресурсів підприємства та Інтернет реклами;
- постулати та специфіку написання публікацій в мережі Інтернет та email листів;
- особливості соціальних мереж та принципи їх роботи.

**вміти:**

- використовувати інструменти цифрового маркетингу при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- розробляти стратегії цифрового маркетингу;
- створювати якісний контент, що відповідає меті функціонування веб-сторінки чи іншої форми представництва в мережі Інтернет;
- проводити аудит веб-сайту, проектувати веб-сайт, оптимізувати наявний веб-сайт в залежності від його завдань;
- збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу;
- організовувати рекламну кампанію в мережі Інтернет;
- оцінювати результативність та ефективність кампаній та інструментів цифрового маркетингу;
- формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.

Набуття компетентностей:

**інтегральна компетентність (ІК):**

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.

**загальні компетентності (ЗК):**

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

**фахові (спеціальні) компетентності (ФК):**

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 24. Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи.

ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації.

ПРН 28. Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб-аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі.

### 3. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	тижні	усь ого	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	ла б	ін д	с.р.		л	п	ла б	ін д	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>Змістовий модуль 1. Основні аспекти цифрового маркетингу</b>													
Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	1-2	15	4	4	-	-	7	15	2	2			11
Тема 2. Класифікація та розробка сайтів	3-4	15	4	4	-	-	7	15	2				13
Тема 3. Пошукова оптимізація та SEO-просування	5-6	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 4. Контент та стратегія контент-маркетингу	7-8	15	4	4	-	-	7	15					15
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	<i>60</i>		<i>16</i>	<i>16</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>28</i>	<i>60</i>	<i>4</i>	<i>2</i>			<i>54</i>
<b>Змістовий модуль 2. Інструменти та технології цифрового маркетингу</b>													
Тема 1. Реклама в мережі Інтернет	9-10	15	4	4	-	-	7	15		2			13
Тема 2. Маркетинг у соціальних мережах	11-12	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 3. Email-маркетинг та мультिकанальність	13-14	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 4. Веб-аналітика	15	15	2	2	-	-	11	15					15
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	<i>60</i>		<i>14</i>	<i>14</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>32</i>	<i>60</i>		<i>2</i>			<i>58</i>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>60</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>112</b>

### 4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		

2		
...		

### 5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	4/2
2	Класифікація та розробка сайтів	4
3	Пошукова оптимізація та SEO-просування	4
4	Контент та стратегія контент-маркетингу	4
5	Реклама в мережі Інтернет	4/2
6	Маркетинг у соціальних мережах	4
7	Email-маркетинг та мультиканальність	2
8	Веб-аналітика	4

### 6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

### 7. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	7/11
2	Класифікація та розробка сайтів	7/13
3	Пошукова оптимізація та SEO-просування	7/15
4	Контент та стратегія контент-маркетингу	7/15
5	Реклама в мережі Інтернет	7/13
6	Маркетинг у соціальних мережах	7/15
7	Email-маркетинг та мультиканальність	7/15
8	Веб-аналітика	11/15

### 8. Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

**ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ ПИТАНЬ**  
з дисципліни: «Основи цифрового маркетингу»

1. Поясніть, у чому укладається революційність появи в житті сучасного суспільства Інтернету.
2. Охарактеризуйте історію створення Інтернету і її спонукальні причини.
3. Назвіть основні явища й закони, що сприяють формуванню глобальної гіпермедійної інформаційної системи.
4. Дайте порівняльну характеристику основним тенденціям розвитку і рушійним силам у традиційній і віртуальній економіці.
5. Назвіть головні переваги Інтернету порівняно із традиційною економікою для ведення бізнесу й ефективного маркетингу.
6. Назвіть опорні елементи функціонування маркетингової діяльності віртуальних підприємств й організацій.
7. Визначити основні фактори, що вплинули на розвиток цифрового маркетингу.
8. Дати визначення цифрового маркетингу. Перелічити можливості цифрового маркетингу.
9. Прокоментувати особливості цифрового маркетингу в порівнянні з традиційним маркетингом.
10. Назвати основні організації маркетингових досліджень в Інтернеті.
11. Охарактеризувати основні методи та засоби пошуку інформації в Інтернеті.
12. Сутність та види методів ідентифікації користувачів.
13. Назвати методи отримання та обробки статистичних даних про поведінку користувачів на веб-сайті.
14. Охарактеризувати основні напрямки формування оточення товару через Інтернет.
15. Дайте характеристику основним джерелам вторинної інформації в Інтернеті.
16. Назвіть головні пошукові системи і їхні особливості використання при рішенні маркетингових завдань.
17. Що таке метапошукові системи й які їх специфіка в наданні інформації?
18. Сформулюйте основні правила складання анкети в Інтернеті.
19. Які з маркетингових агенцій ведуть моніторинг аудиторії Інтернету?
20. Поясніть тенденції розвитку світової аудиторії користувачів і показники, що їх відображають.
21. Поясніть поняття «ядро аудиторії».
22. Перелічіть та охарактеризуйте основні критерії класифікування аудиторії в Інтернет-середовищі.
23. Що таке «Інтернет-проникнення»? Які країни характеризуються максимальним значенням цього показника? Чому?
24. Які категорії сайтів викликають найбільший інтерес для аудиторії Інтернет в Україні?
25. Сформулюйте поняття «маркетингова стратегія» у контексті теми навчальної допомоги.
26. Що таке «мережева готовність підприємства»?



27. Перелічіть особливості кожного сектора «матриці вартості Інтернет-бізнесу».
28. Які можливості дає використання в діяльності віртуального підприємства «матриці вартості Інтернет-бізнесу».
29. Яким чином досвід вироблення специфічних стратегічних рішень в області Інтернет-маркетинга може бути використаний українськими підприємцями?
30. Назвіть стратегічні рішення найбільше часто використовувані вітчизняними підприємцями для ведення бізнесу в Інтернет.
31. Назвіть особливості маркетингової комунікаційної політики в Інтернеті.
32. Охарактеризуйте методи оцінки ефективності реклами в Інтернеті.
33. Поясніть прикладами особливості застосування партнерських програм.
34. Охарактеризуйте стадії взаємодії Інтернет-користувачів з рекламною інформацією.
35. Які види форматів рекламних матеріалів існують в мережі Інтернет?
36. Охарактеризуйте методи розміщення банерної реклами.
37. Назвіть основні типи віртуальних співтовариств.
38. Що таке «соціальні мережі»?
39. Назвіть фактори, що впливають на ціноутворення в Інтернеті.
40. Назвіть класифікацію віртуальних посередників.
41. Назвіть мотивації покупок через Інтернет.
42. Які групи матеріальних товарів мають найбільшу придатність для продажу в Інтернет? Позначте їхні частки в загальному обсязі продажів.
43. Перелічіть категорії сервісу й підтримки товарів в Інтернеті, які значно підвищують їхню споживчу цінність.
44. Дайте характеристику нематеріальним товарам в Інтернет.
45. Які методи утримання користувача й потенційного покупця на web-сайті?
46. Які, на ваш погляд, перспективи розширення асортиментів товарів і послуг, пропонованих у віртуальній економіці?
47. Дати визначення Інтернет-реклами. Назвати основні види Інтернет-реклами.
48. Охарактеризувати рішення у сфері Інтернет-реклами.
49. Дати визначення банерної реклами. Назвати методи банерної реклами та критерії вибору рекламних майданчиків.
50. Назвати правила реєстрації веб-сайту у пошукових системах і каталогах.
51. Назвати основні характеристики реклами з використанням електронної пошти та реклами на дошках оголошення.
52. Охарактеризувати партнерські програми як метод залучення нових відвідувачів.
53. Назвати основні напрямки організації зв'язків із громадськістю в Інтернеті.
54. Дати визначення Інтернет-брендингу. Назвати особливості Інтернет-брендів.
55. Перелічити фактори, що впливають на формування Інтернет-брендів.

## «Бланк тестових завдань»

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
<b>ОС «Бакалавр» напряму підготовки 075 «Маркетинг»</b>	<b>Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2023-2024 навч. рік</b>	<b>ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1</b> з дисципліни <b>«Основи цифрового маркетингу»</b>	<b>Затверджую</b> Зав. кафедри  _____ (підпис) _____ (ПІБ) _____ 20__ р.

1. Сутність конверсії; характеристика типів конверсії.
2. Які труднощі виникають при використанні Інтернет як засобу здійснення бізнесу в Україні (визначити та детально описати)? Поясніть, що є спільного і яка різниця між віртуальним та реальним ринком. Переваги та недоліки присутності компанії в Інтернет-середовищі.
3. Тестові завдання:

**1. Ключові елементи ефективного лендінгу:**

1	Кнопка заклику до дії
2	Лід-форма
3	Унікальна торгова пропозиція
4	Головний заголовок

**2. Встановіть послідовність процедури створення Web-сайта:**

1	А. Програмування Web-сайта
2	Б. Публікація Web-сайта в мережі
3	В. контроль та аналіз діяльності Web-сайта
4	Г. збір та аналіз інформації
5	Д. розробка дизайну і групування контенту
6	Е. просування Web-сайта

**3. Які слова пропущені у реченні (визначенні).**

... Інтернет маркетинг – це комплекс маркетингових інструментів і заходів, ціль яких є збільшення цільового трафіку на сайт з пошукових систем.	(у бланку відповідей подати одним словом)
---	---

**4. URL-адреса — це:**

1	назва веб-сайту
2	адреса ресурсу в Інтернеті
3	адреса комп'ютера, що підключений до мережі Інтернет
4	адреса сайту для хостинга
5	адреса електронної пошти

**5. Перевагами цифрового маркетингу є:**

1	Все можна обчислити в цифрах
2	Можна звертатися тільки до своєї цільової аудиторії

3	Можна розшифровувати будь-яку інформацію з високою швидкістю
4	Можливість легко підтримувати інтерактивні відносини з клієнтами

**6. Як називається будь-яке інформаційно значуще наповнення ресурсу (тексти, графіка, мультимедіа), наприклад веб-сайту?**

*(у бланку відповідей вписати пропущене слово)*

**7. Основними напрямками оцінки ефективності електронної комерції є:**

1	Економічний
2	Організаційний
3	Маркетинговий
4	Аналітичний
5	Адміністративний

**8. Веб-сайт – це:**

1	Сукупність електронних документів приватної особи або організації, що об'єднані під однією адресою
2	Будь-яка інформація, розміщена в комп'ютерній мережі для вільного доступу до неї
3	Оформлена за допомогою спеціальних засобів інформація, що поділена на веб-сторінки та має свою URL-адресу
4	Спілкування за допомогою електронної пошти
5	Текстова та графічна інформація, до якої можуть отримувати спільний доступ користувачі комп'ютерної мережі

**9. Встановити відповідність:**

1. HTML	А. система «розмовних кімнат», так званих чатів
2. IRC	Б. мова розмітки гіпертекстових документів
3. Internet-пейджери	В. безкоштовні програми для безпосереднього спілкування у мережі

**10. В електронному листі не можна застосовувати цифровий підпис та шифрування?**

Так	Ні
-----	----

## 9. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, онлайн-сервіси, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та різноманітні завдання практичного характеру; вивчаються спеціалізовані веб-сервіси, їх функціонал та принципи роботи з ними.

## 10. Форми контролю

Виконання модульних та рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, практичних та ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за поточним та підсумковим контролюми. Поточний контроль

знань студентів з навчальної дисципліни проводиться в усній та письмовій формі. Контрольні завдання за змістовними модулями включають тестові запитання (за тестів).

Контроль самостійної роботи проводиться:

- з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів та опитування;
- з практичних занять – шляхом перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на іспиті у письмовій формі. Екзаменаційний білет включає 10 тестів, 1 теоретичне завдання, 1 теоретико-практичне завдання.

**11. Розподіл балів, які отримують студенти.** Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 26.04.2023 р. № протокол 10).

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна	
	за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	
74-89	Добре	Зараховано
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$ .

## 12. Навчально-методичне забезпечення

1. Рябчик А.В. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Основи цифрового маркетингу» для студентів денної/заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2023.
2. ЕНК «Основи цифрового маркетингу» URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4093>

## 13. Рекомендовані джерела інформації

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. 2019 (2020). 304 с.

2. Гавриков А., Давыдов В., Федоров М. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога. «Издательство АСТ», «Аудиокнига», 2019. 352 с.
3. Дейс Р., Хеннебері Р. Цифровий маркетинг для чайників. 2016. 328 с.
4. Кінгснорт С. Стратегія цифрового маркетингу. Інтегрований підхід до онлайн маркетингу. Видавництво: Олімп-Бізнес. 2019. 416 с.
5. Солодар М. Настольная книга Интернет-маркетолога. Воронки продаж, вебинары, SMM. Издательство «Эксмо», 2021.
6. Заррелл Д. Интернет-маркетинг по науці. К. 2014. 192 с.
7. Райан Дайс, Расс Хеннеберрі. Цифровий маркетинг для чайників. Видавництво: Діалектика. 2019. 400 с.
8. Халлиган Б., Шах Д. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов. К.. 2015. 224 с.
9. Картаджайя Х., Сетиаван А., Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в Интернете. URL: [http://loveread.ec/read\\_book.php?id=83655&p=1](http://loveread.ec/read_book.php?id=83655&p=1)
10. Маркетинг. Тренди, інструменти та інтерв'ю, які виведуть вашу маркетингову стратегію на новий рівень. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/category/marketing/>
11. Найкорисніші безкоштовні посібники та контрольні списки для власників бізнесу, онлайн-маркетингових агентств, SEO, PPC та спеціалістів із контенту. URL: <https://serpstat.com/uk/blog/category/ebooks/>
12. Основи цифрового маркетингу. URL: <https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua/course/digital-marketing>
13. Довідка Google Ads: Про медійні оголошення й Медійну мережу Google. URL: [https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?visit\\_id=638211994273431755-1999273215&rd=1&hl=uk&sjid=3438662642008751953-EU](https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?visit_id=638211994273431755-1999273215&rd=1&hl=uk&sjid=3438662642008751953-EU)
14. Маркетинг: цифровий маркетинг. URL. <https://dalistrategies.com/ua/tsyfrovyu-marketynh-tse-marketynh/>
15. Що таке цифровий маркетинг?. URL: <https://www.oracle.com/cis/cx/marketing/digital-marketing/>
16. Digital-маркетинг: основні поняття та інструменти. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cho-eh-to>
17. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>