



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 2, семестр 3
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchuk@gmail.com
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4093>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

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 ефективне використання сучасних інструментів, технологій цифрового маркетингу.

Компетентності ОП:

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) ОП:

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.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
3 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	4/4	Знати: основні поняття та особливості Інтернет-маркетингу. Вміти: встановлювати завдання Інтернет-маркетингу. Аналізувати: переваги та можливості використання Інтернет-маркетингу. Розуміти: принципи маркетингової діяльності в мережі Інтернет. Розрізняти: функції та завдання маркетингу в мережі Інтернет. Застосовувати: технології Інтернет-маркетингу. Використовувати: принципи Інтернет-маркетингу на практиці.	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5

<p>Тема 2. Класифікація та розробка сайтів</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: типи, функції сайтів, принципи діяльності сайту та його інформаційні можливості. Вміти: розробляти сайти. Аналізувати: комунікаційні можливості сайту та комунікаційні сервіси сайту. Розуміти: взаємодію користувачів із сайтом. Розрізняти: принципи дизайну сайту, ефективного для просування в мережі Інтернет. Застосовувати: модульні сітки, інструменти аналізу аудиторії сайту. Використовувати: інструменти та сервіси створення сайтів.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	<p>10</p>
<p>Тема 3. Пошукова оптимізація та SEO-просування</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття пошукових систем в мережі Інтернет. Вміти: здійснювати пошукове просування сайтів, SEO-оптимізацію. Аналізувати: можливості та рентабельність SEO-просування. Розуміти: роботу пошукових систем. Розрізняти: внутрішню і зовнішню оптимізацію сайтів. Застосовувати: сервіси настройки пошукової системи. Використовувати: показники ефективності SEO.</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	<p>10</p>
<p>Тема 4. Контент та контент-стратегія маркетингу</p>	<p>4/4</p>	<p>Знати: основні поняття та особливості контент</p>	<p>Здача практичної роботи.</p>	<p>10</p>

		<p>стратегії маркетингу</p> <p>Вміти: формувати створювати контент та стратегію контент-маркетингу.</p> <p>Аналізувати: контент-стратегію маркетингу.</p> <p>Розуміти: вплив контенту на поведінку користувачів в мережі Ітернет.</p> <p>Розрізняти: Формати контенту.</p> <p>Застосовувати: копірайтинг.</p> <p>Використовувати: різні формати контенту в діяльності.</p>	<p>Написання тестів, ессе.</p> <p>Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	
Модуль 2				
Тема 1. Реклама в мережі Інтернет	4/4	<p>Знати: основні поняття та види реклами в мережі Інтернет.</p> <p>Вміти: проводити рекламні кампанії в мережі Інтернет.</p> <p>Аналізувати: реклами в Інтернет, їх можливості.</p> <p>Розуміти: особливості рекламної кампанії в пошуковій мережі та КММ.</p> <p>Розрізняти: особливості, функції, впливи реклами в мережі Інтернет.</p> <p>Застосовувати: сервіси Google Adwords.</p> <p>Використовувати: засоби Google та інші.</p>	<p>Здача практичної роботи.</p> <p>Написання тестів, ессе.</p> <p>Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	10
Тема 2. Маркетинг у соціальних мережах	4/4	<p>Знати: основні поняття маркетингу у соціальних мережах, принципи роботи соціальних мереж.</p> <p>Вміти: використовувати можливості</p>	<p>Здача практичної роботи, виконання кейсу.</p> <p>Написання тестів.</p> <p>Виконання</p>	10

		<p>соціальних мереж у бізнесі.</p> <p>Аналізувати: соціальні медіа-платформи.</p> <p>Розуміти: можливості і статистику соціальних мереж.</p> <p>Розрізняти: користувачів соціальних мереж.</p> <p>Застосовувати: SMM, SMO маркетинг.</p> <p>Використовувати: найбільш значущі соціальні медіа-платформи.</p>	самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.	
Тема 3. Email-маркетинг та мультिकанальність	2/2	<p>Знати: основні поняття.</p> <p>Вміти: здійснювати email-розсилки, sms-повідомлення, налаштувати web-push повідомлення.</p> <p>Аналізувати: email-розсилки та мультिकанальність.</p> <p>Розуміти: особливості написання листів та повідомлень.</p> <p>Розрізняти: особливості, функції, цілі та завдання мультिकанальності.</p> <p>Застосовувати: сервіси автоматизованих e-mail розсилок.</p> <p>Використовувати: наявні Інтернет-сервіси.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 4. Веб-аналітика	4/4	<p>Знати: концепція вимірювання ефективності в Інтернет-маркетингу.</p> <p>Вміти: здійснювати аналітику в Інтернет-маркетингу.</p> <p>Аналізувати: показники конверсії, джерела трафіку.</p> <p>Розуміти:</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5

		джерела отримання аналітики. Розрізняти: показники ефективності Інтернет-маркетингу. Застосовувати: Google Analytics і Яндекс Метрика. Використовувати: методи вимірювання в Інтернеті.	
Всього за 1 семестр Навчальна робота			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

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
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
14. Маркетинг: цифровий маркетинг. URL: <https://dalistrategies.com/ua/tsyfrovyy-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-eto>
17. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>