



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти – Доктор філософії
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 1, семестр 2
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
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

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Метою дисципліни «Цифровий маркетинг» є формування у студентів розуміння основ сучасного цифрового маркетингу, сукупності знань в області теорії і практики цифрового маркетингу; отримання ними умінь і навичок самостійної розробки стратегій цифрового маркетингу, обрання необхідних каналів та інструментів Інтернет-маркетингової комунікації, оволодінні необхідним навичками роботи з базами даних, програмами, що забезпечують роботу користувачів в мережі Інтернет, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері цифрового маркетингу.

Завдання дисципліни «Цифровий маркетинг» 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 найбільш популярних технологій цифрового маркетингу.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	2/2	Знати: основні поняття та особливості Інтернет-маркетингу. Вміти: встановлювати завдання Інтернет-маркетингу. Аналізувати: переваги та можливості використання Інтернет-маркетингу.	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5

		<p>Розуміти: принципи маркетингової діяльності в мережі Інтернет.</p> <p>Розрізняти: функції та завдання маркетингу в мережі Інтернет.</p> <p>Застосовувати: технології Інтернет-маркетингу.</p> <p>Використовувати: принципи Інтернет-маркетингу на практиці.</p>		
Тема 2. Поведінка і особливості споживачів в мережі Інтернет	2/2	<p>Знати: основні поняття та особливості поведінки споживачів в мережі Інтернет.</p> <p>Вміти: формувати динаміку і зміни аудиторії сайту під впливом реклами та інших факторів.</p> <p>Аналізувати: структуру української та міжнародної аудиторії Інтернету.</p> <p>Розуміти: вплив рекламних акцій та інших факторів на склад аудиторії сайту. Розрізняти: Потоки споживачів, що переводять їх з однієї категорії в іншу.</p> <p>Застосовувати: основні принципи роботи з аудиторією сайту.</p> <p>Використовувати: потоки споживачів, що переводять їх з однієї категорії в іншу.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5
Тема 3. Класифікація та розробка сайтів	2/2	<p>Знати: типи, функції сайтів, принципи діяльності сайту та його інформаційні можливості.</p> <p>Вміти: розробляти</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе.	10

		<p>сайти.</p> <p>Аналізувати: комунікаційні можливості сайту та комунікаційні сервіси сайту.</p> <p>Розуміти: взаємодію користувачів із сайтом.</p> <p>Розрізняти: принципи дизайну сайту, ефективного для просування в мережі Інтернет.</p> <p>Застосовувати: модульні сітки, інструменти аналізу аудиторії сайту.</p> <p>Використовувати: інструменти та сервіси створення сайтів.</p>	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	
Тема 4. Пошукова оптимізація та SEO-просування	2/2	<p>Знати: основні поняття пошукових систем в мережі Інтернет.</p> <p>Вміти: здійснювати пошукове просування сайтів, SEO-оптимізацію.</p> <p>Аналізувати: можливості та рентабельність SEO-просування.</p> <p>Розуміти: роботу пошукових систем.</p> <p>Розрізняти: внутрішню і зовнішню оптимізацію сайтів.</p> <p>Застосовувати: сервіси настройки пошукової системи.</p> <p>Використовувати: показники ефективності SEO.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5
Тема 5. Контент та стратегія контент-маркетингу	2/2	<p>Знати: основні поняття та особливості контент стратегії маркетингу</p> <p>Вміти: формувати створювати контент та стратегію контент-маркетингу.</p> <p>Аналізувати:</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи	10

		контент-стратегію маркетингу. Розуміти: вплив контенту на поведінку користувачів в мережі Ітернет. Розрізняти: Формати контенту. Застосовувати: копірайтинг. Використовувати: різні формати контенту в діяльності.	(в.т.ч. в elearn).	
Модуль 2				
Тема 1. Стратегії цифрового маркетингу	2/2	Знати: сутність та види Інтернет-маркетингових стратегій. Вміти: формувати Інтернет-маркетингові стратегії. Аналізувати: взаємозв'язок життєвого циклу товару і використовуваних засобів Інтернет-просування. Розуміти: Етапи розробки Інтернет-маркетингових стратегій. Розрізняти: цілі Інтернет-маркетингових стратегій. Застосовувати: сучасні інструменти. Використовувати: сучасні технології побудови Інтернет-маркетингових стратегій.	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5
Тема 2. Реклама в мережі Інтернет	2/2	Знати: основні поняття та види реклами в мережі Інтернет. Вміти: проводити рекламні кампанії в мережі Інтернет. Аналізувати: реклами в Інтернет,	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи	10

		їх можливості. Розуміти: особливості рекламної кампанії в пошуковій мережі та КММ. Розрізняти: особливості, функції, впливи реклами в мережі Інтернет. Застосовувати: сервіси Google Adwords. Використовувати: засоби Google та інші.	(в.т.ч. в elearn).	
Тема 3. Маркетинг у соціальних мережах	2/2	Знати: основні поняття маркетингу у соціальних мережах, принципи роботи соціальних мереж. Вміти: використовувати можливості соціальних мереж у бізнесі. Аналізувати: соціальні медіа- платформи. Розуміти: можливості і статистику соціальних мереж. Розрізняти: користувачів соціальних мереж. Застосовувати: SMM, SMO маркетинг. Використовувати: найбільш значущі соціальні медіа- платформи.	Здача практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.	5
Тема 4. Email- маркетинг та мультимедіальність	2/2	Знати: основні поняття. Вміти: здійснювати email-розсилки, sms- повідомлення, налаштувати web- push повідомлення. Аналізувати: email- розсилки та мультимедіальність. Розуміти:	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		<p>особливості написання листів та повідомлень.</p> <p>Розрізняти: особливості, функції, цілі та завдання мультимедіальності.</p> <p>Застосовувати: сервіси автоматизованих e-mail розсилок.</p> <p>Використовувати: наявні Інтернет-сервіси.</p>		
Тема 5. Аналіз ефективності цифрового маркетингу	2/2	<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: джерела отримання аналітики.</p> <p>Розрізняти: показники ефективності Інтернет-маркетингу.</p> <p>Застосовувати: Google Analytics і Яндекс Метрика.</p> <p>Використовувати: методи вимірювання в Інтернеті.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn).	5
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Залік				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання підсумкового контролю відбувається із дозволу відділу аспірантури. Перекладання 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 відділом аспірантури).

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