



Силабус курсу

Цифровий маркетинг

ступінь вищої освіти – бакалавр
 галузь знань – 03 Гуманітарні науки
 спеціальність – 035 Філологія
 спеціалізація – 035.041 Германські мови та літератури
 (переклад включно), перша - англійська
 освітньо-професійна програма – “Бізнес-комунікації та переклад”

Рік навчання: II, Семестр: IV

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: англійська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доцент. **Войтенко Олексій Миколайович**

Контактна інформація

o.voytenko@gmail.com

Опис дисципліни

Дисципліна «Цифровий маркетинг» спрямована на формування у студентів сукупності знань у галузі теорії і практики цифрового маркетингу; отримання ними умінь і навичок самостійної розробки стратегій цифрового маркетингу, обрання необхідних каналів та інструментів цифрової маркетингової комунікації, оволодінні необхідним навичками роботи з базами даних, програмами, що забезпечують роботу користувачів у комп'ютерних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері цифрового маркетингу.

Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі. Особливості аудиторії в мережі Інтернет.	Здатність використання принципів цифрового маркетингу в контексті особливостей комунікаційного процесу. Уміння комунікувати із аудиторією мережі Інтернет в контексті поведінки споживачів на B2B, B2C та гібридних ринках.	Поточне опитування.
2	Тема 2. Поведінка споживачів в цифровому комунікаційному середовищі.	Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.	Стандартизовані тести.
	Тема 3. Принципи діяльності сайту та його інформаційні	Вміння проводити аудит веб-сайту, проектувати веб-сайт у вигляді макету та технічного	Групові завдання.

	можливості.	завдання, оптимізувати наявний веб-сайт в залежності від його завдань.	
3	Тема 4. Пошукові системи в мережі Інтернет. Зовнішня пошукова оптимізація сайту.	Здатність проводити Search Engine Optimization, зокрема, Off-page Optimization.	Стандартизовані тести.
	Тема 5. Внутрішня пошукова оптимізація сайту.	Здатність проводити On Page Search Engine Optimization.	Поточне опитування.
	Тема 6. Маркетинг у соціальних мережах. Основні соціальні мережі.	Уміння створювати якісний текстовий та графічний контент, що відповідає меті функціонування веб-сторінки чи іншої форми представництва в мережі Інтернет	Поточне опитування.
4	Тема 7. Тематичні соціальні платформи, месенджери та блогосфера.	Уміння модерувати та керувати корпоративними та індивідуальними акаунтами у провідних соціальних мережах, інформаційних платформах.	Розрахункові роботи, залікове модульне тестування та опитування.
	Тема 8. Управління репутацією в мережі.	Знати основні принципи PR та SERP.	Поточне опитування.
5	Тема 9. Контекстна реклама.	Уміння створювати та коригувати контекстні пошукові кампанії у Google Ads.	Поточне опитування.
	Тема 10. Банерна реклама.	Уміння створювати та коригувати медійні пошукові кампанії у Google Ads.	Стандартизовані тести.
6	Тема 11. Прямий маркетинг в мережі Інтернет. Сервіси e-mail розсилання.	Уміння створювати автоматизовані масові розсилання електронної пошти та проводити сегментацію бази даних контактів.	Групові завдання.
	Тема 12. Стратегії цифрового маркетингу.	Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу.	Стандартизовані тести.
7	Тема 13. Мобільний цифровий маркетинг.	Уміння налаштовувати кампанії SMS-розсилань та оптимізувати контекстно-медійні оголошення під мобільні формати; здатність перевіряти адаптивність веб-сторінок	Студентські презентації, Поточне опитування.
	Тема 14. Аналіз ефективності цифрового маркетингу.	Вміння оцінювати результативність та ефективність кампаній та інструментів цифрового маркетингу.	Поточне опитування, практичне завдання.

Рекомендовані джерела інформації:

1. Американська асоціація маркетингу. URL : <http://www.marketingpower.com>
2. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>
3. Макарова М. В. Електронна комерція: посіб. для студ. ВНЗ . К.: Видавничий центр "Академія", 2020. 272 с.
4. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція: підручник. К.: Знання, 2017. 535 с.
5. Закон України ВР № 851-IV «Про електронні документи та електронний документообіг». Урядовий кур'єр. 2003. № 119.
6. Закон України ВР № 852-IV «Про електронний цифровий підпис». Урядовий кур'єр. 2003. № 119.
7. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс, 2018. 208с.
9. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.
10. Іванов М.М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці. Цифрова економіка: зб. мат. Національної наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р. Київ, Київ, 2018. С. 141-143.
11. Іванов М.М. Модель системи цифрового маркетингу з використанням хмарних технологій. Моделювання та інформаційні системи в економіці. Київ: КНЕУ 2018. № 96. С. 24-36.
12. Ivanov M. M., Terentieva N. V. Methodology of building marketing systems. Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic Sciences. No. 2 (46), 2020. P. 116-121.
13. Ivanov M.M. Analysis and classification of the Marketing 4.0 system. Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences. 2021. 1 (49), P.118-122. (DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-1-49-22>)
14. Ivanov M. Cloud-based Digital Marketing. CEUR Workshop Proceedings 2422. 2019. P. 395-404 (Scopus)
15. Ivanov S., Maksyshko N., IvanovM. Neuro- fuzzy Control System for a Non- deterministic Object in Real Time. CEUR-WS.org . 2021. Vol- 2864. P. 475-484 (Scopus) Інформаційні ресурси:
16. Іванов М.М. Цифровий маркетинг. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7805>

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн - тестування.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим, бали нараховуються за відповіді на заняттях. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Заліковий модуль 1 (теми 1-8) Усне опитування під час заняття (8 тем по 5 балів = 40 балів) Модульна контрольна робота (60 балів)	30
Заліковий модуль 2 (теми 9-14) 1.Усне опитування під час заняття (6 тем по 5 балів = 30 балів). 2.Модульна контрольна робота – 70 балів.	40
Заліковий модуль 3 1. Написання та захист КПІЗ – 60 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгів - 20 балів. 3. Виконання самостійної роботи - 20 балів.	30

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90–100	відмінно
B	85–89	добре
C	75–84	добре
D	65–74	задовільно
E	60–64	достатньо
FX	35–59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1–34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом