



Силабус курсу:

Цифровий маркетинг

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань 29 міжнародні відносини
Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
Освітньо-професійна програма – «Міжнародний бізнес»

Тип дисципліни: вибіркова

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 в області 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 в комп'ютерних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері цифрового маркетингу.

Структура курсу

Тема	Результати навчання	Завдання
Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі	Здатність використання принципів цифрового маркетингу в контексті особливостей комунікаційного процесу	Поточне опитування
Тема 2. Особливості аудиторії в мережі Інтернет	Уміння комунікувати із аудиторією мережі Інтернет в контексті поведінки споживачів на B2B, B2C та гібридних ринках	Поточне опитування
Тема 3. Поведінка споживачів в цифровому комунікаційному середовищі	Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.	Поточне опитування
Тема 4. Принципи діяльності сайту та його інформаційні можливості	Вміння проводити аудит веб-сайту, проектувати веб-сайт у вигляді макету та технічного завдання, оптимізовувати наявний веб-сайт в залежності від його завдань	Поточне опитування
Тема 5. Пошукові системи	Здатність проводити Search Engine Optimization,	Поточне

в мережі Інтернет. Зовнішня пошукова оптимізація сайту	зокрема, Off-page Optimization	опитування
Тема 6. Внутрішня пошукова оптимізація сайту	Здатність проводити On Page Search Engine Optimization	Поточне опитування
Тема 7. 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
Тема 8. Тематичні соціальні платформи, месенджери та блогосфера	Уміння модерувати та керувати корпоративними та індивідуальними акаунтами у провідних соціальних мережах, інформаційних платформах.	Поточне опитування
Тема 9. Управління репутацією в мережі.	Знати основні принципи PR та SERP	Поточне опитування
Тема 10. Контекстна реклама	Уміння створювати та коригувати контекстні пошукові кампанії у Google Ads	Поточне опитування
Тема 11. Банерна реклама	Уміння створювати та коригувати медійні пошукові кампанії у Google Ads	Поточне опитування
Тема 12. Прямий маркетинг в мережі Інтернет. Сервіси e-mail розсилання	Уміння створювати автоматизовані масові розсилання електронної пошти та проводити сегментацію бази даних контактів	Поточне опитування
Тема 13. Стратегії цифрового маркетингу	Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу	Поточне опитування
Тема 14. Мобільний цифровий маркетинг	Уміння налаштовувати кампанії SMS-розсилань та оптимізовувати контекстно-медійні оголошення під мобільні формати; здатність перевіряти адаптивність веб-сторінок	Поточне опитування
Тема 15. Аналіз ефективності цифрового маркетингу	Вміння оцінювати результативність та ефективність кампаній та інструментів цифрового маркетингу;	Поточне опитування

Рекомендовані джерела інформації:

1. Американська асоціація маркетингу. URL : <http://www.marketingpower.com>
2. Бойко В. О. Еволюція цифрового маркетингу в контексті цифрової економіки України . Науковий вісник Полісся. 2020. Вип. 1(17). С. 120-127.
3. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
4. Закон України ВР № 851-IV «Про електронні документи та електронний документообіг». Урядовий кур'єр. 2003. № 119.
5. Закон України ВР № 852-IV «Про електронний цифровий підпис». Урядовий кур'єр. 2003.- № 119.
6. Іванов М.М. Цифровий маркетинг. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7805>
7. Котляревська К. П. Тенденції розвитку цифрового маркетингу в Україні. Маркетинг і цифрові технології. 2023. № 3. С. 35-45.
8. Лебідь І. Ю., Бондаренко Т. О. Використання цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємств. Економіка та держава. 2022. № 1. С. 52-55.
9. Макарова М. В. Електронна комерція: посіб. для студ. ВНЗ . К.: Видавничий центр "Академія", 2020. 272 с.
10. Пилипчук В. М., Гриневич І. П. Цифровий маркетинг: особливості застосування в Україні. Економіка і суспільство. 2021. Вип. 26. С. 715-720.
11. Платошина І. В. Цифровий маркетинг: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. Вісник економічної науки України. 2020. № 2 (39). С. 120-124.
12. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>
13. 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.
14. Ivanov M. Cloud-based Digital Marketing. CEUR Workshop Proceedings 2422. 2019. P. 395-404 (Scopus)
15. Ivanov S., Maksyshko N., Ivanov M. 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. Raj Venkatesan. Digital Marketing Strategies: Data, Analytics, and AI. Сінгапур: Springer, 2021. 214 с.
17. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 7-е вид. Лондон: Pearson, 2022. 744 с.
18. Sevil Yesiloglu, Joyce Costello. Influencer Marketing: Building Brand Communities and Engagement. Лондон: Routledge, 2020. 296 с.
19. Simon Kingsnorth. The Digital Marketing Handbook. Лондон: Kogan Page, 2023. 320 с.
20. 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>)
21. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Нью-Йорк: Wiley, 2021. 240 с.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7.	1. Тестові завдання -макс. 20 балів. 2. Теоретичні питання (2 пит.)– макс. 40 балів. 3. Практичне завдання – макс.40 балів. Теми 1-15.	Оцінювання презентаційних матеріалів за підсумками виконання тренінгового завдання.	Оцінювання виконання технічного завдання.

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	<i>A (відмінно)</i>
85-89	Добре	<i>B (дуже добре)</i>
75-84		<i>C (добре)</i>
65-74	Задовільно	<i>D (задовільно)</i>
60-64		<i>E (достатньо)</i>
35-59	Незадовільно	<i>FX (незадовільно з можливістю повторного</i>
1-34		<i>F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом</i>