



Силабус курсу: Цифровий маркетинг

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань 29 міжнародні відносини
Спеціальність 293 Міжнародне право
Освітньо-професійна програма – «Міжнародне право»

Рік навчання: II, Семестр: IV

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППП

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

Годи ни (л/п)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	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
4/2	Тема 3. Поведінка споживачів в цифровому комунікаційному середовищі	Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.	Стандартизовані тести
	Тема 4. Принципи діяльності сайту та його інформаційні можливості	Вміння проводити аудит веб-сайту, проектувати веб-сайт у вигляді макету та технічного завдання, оптимізувати наявний веб-сайт в залежності від його завдань	Групові завдання

4/2	Тема 5. Пошукові системи в мережі Інтернет. Зовнішня пошукова оптимізація сайту	Здатність проводити Search Engine Optimization, зокрема, Off-page Optimization	Стандартизовані тести
	Тема 6. Внутрішня пошукова оптимізація сайту	Здатність проводити On Page Search Engine Optimization	Поточне опитування
4/2	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.	Розрахункові роботи, залікове модульне тестування та опитування
6/2	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	Стандартизовані тести
4/2	Тема 12. 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 13. Стратегії цифрового маркетингу	Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу	Стандартизовані тести
4/2	Тема 14. 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 15. 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. 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. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс, 2018. 208с.
8. 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.
9. 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>)
10. Ivanov M. Cloud-based Digital Marketing. CEUR Workshop Proceedings 2422. 2019. P. 395-404 (Scopus)
11. 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:

Політика оцінювання

- Політика щодо дедлайнів та перескладання: Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв).
- Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування та інші причини) навчання може відбуватись в он-лайн формі за наявності дозволу адміністрації університету.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30 %	40 %	30 %	100%
Опитування під час занять (1-8 теми) – 5 балів за тему – макс. 40 балів Модульна контрольна робота (теми 1-8) – макс. 60 балів	Опитування під час занять (9-15теми) 5 балів за тему – макс. 35 балів Модульна контрольна робота (теми 9-15) – макс. 65 балів	Підготовка та захист КПІЗ – макс. 80 балів Участь у тренінгах – макс. 20 балів.	

Шкала оцінювання:

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