



Силабус навчальної дисципліни «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В ДІІ»

Освітня програма: для всіх освітніх програм спеціальностей університету (мова навчання – українська)

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Структурний підрозділ	Кафедра менеджменту, природничо-економічний факультет
Викладач: 	ПІБ: Лаврук Оксана Степанівна Посада: доцент кафедри менеджменту Вчений ступінь: кандидат економічних наук E-mail: lavruk@kpnpu.edu.ua Робоче місце: навчальний корпус №9 (вул. Павла Скоропадського, 52), 301 ауд. (кафедра менеджменту). Профайл викладача: http://kaf-up.kpnpu.edu.ua/lavruk-oksana-stepanivna/ https://scholar.google.com.ua/citations?user=82JtbPUAAAAJ&hl=uk https://www.webofscience.com/wos/author/record/1551335 https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57215931402
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.kpnpu.edu.ua/course/view.php?id=9744
Статус дисципліни	Вибіркова освітня компонента
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС / години	4 кредити ЄКТС / 120 год.
Мова викладання	Українська
Форми навчання	Очна, заочна.
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що роботи здобувачів вищої освіти будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Списування, втручання в роботу інших здобувачів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідування занять. Очікується, що всі здобувачі відвідають усі лекційні та практичні заняття курсу. Здобувачі вищої освіти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі мають дотримуватися термінів виконання всіх видів робіт, передбачених курсом. Креативна ініціатива здобувачів підтримується.
Що будемо вивчати?	Предмет вивчення дисципліни: теоретичні основи формування систем цифрового маркетингу та практичне застосування цифрових технологій в маркетингової діяльності.
Чому це треба вивчати?	Мета вивчення дисципліни – представити студентам фундаментальну наукову галузь, структуру, теорію та термінологію теорії цифрового маркетингу; розвинути та забезпечити у студентів всебічне розуміння стратегій та тактик цифрового маркетингу у різних галузях; навчити студентів поєднувати цифрові та офлайн тактики маркетингу.
Яких результатів можна досягнути?	Знати: основні теоретичні та практичні аспекти розвитку цифрового маркетингу у межах програми;

	Уміти: збирати, аналізувати дані, необхідні для вирішення важливих наукових, професійних питань, виявляти та застосовувати знання цифрового маркетингу до ділових ситуацій; ідентифікувати та досліджувати проблеми цифрового маркетингу в бізнес-ситуаціях, знаходити відповідні та обґрунтовані рішення, а також розробляти та оцінювати ефективний план цифрового маркетингу.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Компетентності: здатність ідентифікувати, збирати, аналізувати дані, інтерпретувати та трансформувати їх для глибшого розуміння маркетингової діяльності, а також для управління інформацією та технологіями на підприємстві; здатність формувати та використовувати базові знання з цифрового маркетингу в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності; здатність формулювати завдання, удосконалювати та впроваджувати сучасні методи цифрового маркетингу.
Зміст дисципліни	Вступ до цифрового маркетингу. Аудит цифрового маркетингу. Види цифрового маркетингу. Оптимізація пошукових систем (SEO), маркетинг пошукових систем (SEM) та контент-маркетинг. Цифровий маркетинг в соціальних мережах. Брендинг у цифровому середовищі. Сторітелінг та вірусний маркетинг. Перспективи цифрового маркетингу
Методи навчання	Інтегровані методи (словесні, практичні, наочні, інтерактивні), які забезпечують оптимальні шляхи досягнення навчальної мети.
Інформаційне забезпечення	1. Лаврук О.С. Цифровий маркетинг в дії : конспект лекцій з навчальної дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент. Кам'янець-Подільський: КПНУ, 2022. http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/handle/123456789/6805 2. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с. 3. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с. 4. Polupanova K., Bodnarchuk T., Lavruk O., Chaplinskyi V. The new model of digital single market: the european approach. Chapter 3. Digitalization of economics: inter-disciplinary and inter-branch approach : manual. Zhytomyr : Zhytomyr Polytechnic State University, 2023. P. 94-135. The manual is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project «Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan» / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP https://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/8245 5. Лаврук О.С. Переваги використання цифрового маркетингу в діяльності підприємств. Трансформація цифрового бізнесу: виклики та можливості для партнерства: Матеріали міжнародної наукової конференції в рамках проекту Цифровізація економіки як елемент сталого розвитку розвитку України та Таджикистану / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP. 9-10 вересня 2021 р. - Мелітополь : ТДАТУ, С.38-39. http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/38-39.pdf 6. Тренди інтернет-маркетингу 2024 року https://elit-web.ua/ua/blog/trendy-internet-marketinga-2024-goda 7. Цифровий маркетинг: чого бракує компаніям. URL:http://www.management.com.ua/tend/tend739.html 8. Рубан В.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2018. Вип. 30(1). С. 143-146. 9. Варламова М., Дем'янова Ю. Основні тенденції діджиталізації у глобальному вимірі. Галицький економічний вісник. 2020. № 2 (63). С. 251–260. 10. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-БУКС, 2018. 208 с

	11. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: https://iab.com.ua/ 12. Official site of Internet Marketing Association. URL: https://imanetwork.org/											
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Лекційні заняття (16 год.), практичні заняття (16 год.), самостійна робота (88 год.).											
Система контролю знань здобувачів вищої освіти із дисципліни	Система контролю знань здобувачів вищої освіти із дисципліни включає в себе поточний та підсумковий контроль знань студентів для стимулювання та мотивації ефективної самостійної роботи студентів впродовж семестру і об'єктивного оцінювання їх знань. Поточний контроль спрямований на перевірку засвоєння та розуміння навчального матеріалу, формування навичок і вмінь самостійно опрацьовувати теоретичний матеріал, реалізовувати їх на конкретних практичних завданнях, здатності публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація). Об'єктами поточного контролю знань здобувача вищої освіти є: - систематичність та активність роботи протягом семестру; - виконання завдань для самостійного опрацювання; - виконання завдань модульного контролю. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти <table><tr><th colspan="3">Поточний і модульний контроль</th><th rowspan="2">Сума балів</th></tr><tr><th>Поточний контроль</th><th>МКР</th><th>Самостійна робота</th></tr><tr><td>60</td><td>30</td><td>10</td><td>100</td></tr></table>	Поточний і модульний контроль			Сума балів	Поточний контроль	МКР	Самостійна робота	60	30	10	100
Поточний і модульний контроль			Сума балів									
Поточний контроль	МКР	Самостійна робота										
60	30	10	100									
Критерії оцінювання знань, умінь, навичок студентів на навчальних заняттях	Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях рівний 12. Початковий (понятійний): 1-3 бали – здобувач володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів. Відповідає на запитання, які потребують відповіді «так» чи «ні», мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні «так» чи «ні»; може самостійно знайти відповідь у підручнику, намагається аналізувати на основі володіння елементарними знаннями і навичками; робить спроби виконання завдань і дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом. Середній (репродуктивний): 4-6 балів – здобувач володіє початковими знаннями; орієнтується у поняттях і визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні у нього труднощі, розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (проте з окремими помилками); вміє працювати з літературою, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але окремі висновки не логічні, не послідовні. Достатній (алгоритмічно дієвий): 7-8 балів – здобувач правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми; вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал; має сформовані типові навички. Високий (творчо-професійний): 10-12 балів – здобувач володіє глибокими											

	і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси; здобувач вищої освіти має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні ситуації та завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою, самоосвітою; логічно та творчо викладає матеріал в усній і письмовій формі; розвиває свої здібності й схильності; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.
Підсумковий контроль	Залік
Локація	Згідно з розкладом