



СИЛАБУС

обов'язкової навчальної дисципліни

Цифровий маркетинг

Обсяг освітнього компоненту: кількість годин – 120; кредитів – 4;

розподіл годин: лекції – 30, практичні та лабораторні – 14

Вид контролю: екзамен

Освітня програма «Маркетинг»

другого рівня вищої освіти

Спеціальність – 075 «Маркетинг»

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



*Широкорад Дмитро Вікторович, доцент,
кандидат фізико-математичних наук*

Контактна інформація:

- +380631182567;
- *hoveringphoenix@gmail.com*;
- *головний корпус, ауд. 361*

Час і місце проведення консультацій:

*вт-пт, з 18:00, онлайн (Telegram, Viber, Discord)
в університеті – за попередньою домовленістю*

ОПИС КУРСУ

Дисципліна «Цифровий маркетинг» є важливим компонентом сучасної бізнес-освіти, орієнтованої на цифрову епоху. Вона вивчає стратегії та інструменти ефективного просування товарів та послуг в онлайн-середовищі, зокрема SEO, контент-маркетинг, соціальні медіа, e-mail, чат-боти та аналітику. Вивчення цифрового маркетингу дозволить вам опанувати ключові навички використання інтернет-ресурсів для максимізації результатів маркетингових кампаній. Отримані знання та практичні навички дозволяють впевнено працювати в сфері цифрового маркетингу та досягати успіху у віртуальному просторі.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Метою вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» є ознайомлення з базовими поняттями цифрового маркетингу та набуття практичних навичок виконання задач, з якими зустрічається інтернет-маркетолог у своїй роботі.



Основними завданнями вивчення дисципліни є теоретична і практична підготовка студентів з наступних питань:

- побудова оптимальної маркетинг-стратегії на основі наявних вихідних даних;
- використання партнерського маркетингу;
- робота з рекламним бюджетом для отримання максимального позитивного ефекту;
- проведення маркетингових досліджень.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;

СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;

СК7. здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування;

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК11. Здатність демонструвати навички роботи з інструментами цифрового маркетингу в Інтернеті.

СК13. Здатність спілкуватися іноземною мовою на професійному рівні.

Результати навчання:

Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Р17. Використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу в контексті розвитку інтернет-технологій та приймати ефективні маркетингові рішення

В результаті вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» студент повинен



знати:

- основні поняття та інструменти цифрового маркетингу;
- базові принципи побудови успішної маркетингової компанії;
- вимоги до технічного завдання програмістам та іншим фахівцям;
- показники ефективності маркетингової кампанії

вміти:

- розробляти оптимальну стратегію цифрового маркетингу;
- створювати ефективні e-mail розсилки;
- проводити SEO-аудит сайту;
- оцінювати ефективність просування за допомогою інструментів Web-аналітики;
- розробляти чат-боти;
- працювати в Google Ads
- проводити рекламні кампанії в соціальних мережах;
- обчислювати метрики та KPI;
- використовувати останні надбання в сфері машинного навчання для маркетингових задач.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Необхідно володіти базовими знаннями з лінійної алгебри, математичного аналізу, маркетингу.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
Змістовий модуль 1		
1	Вступ до цифрового маркетингу (3 год.)	
2	E-mail маркетинг (4 год.)	Лр. № 1. «E-mail маркетинг. Створення ланцюжків листів», (2 год.)
3		
4	SEO-просування сайту (4 год.)	Лр. № 2. «SEO-просування», (2 год.)
5		
6	Web-аналітика (4 год.)	Лр. № 3. «Інструменти скрапінгу» (3 год.)
7		
Змістовий модуль 2		
8	Чат-боти (4 год.)	Лр. № 4. «Чат-боти» (3 год.)
9		
10	SMM-просування (3 год.)	
11		
12	Реклама в мережі інтернет (4 год.)	Лр. № 5. «Реклама в мережі інтернет» (2 год.)
13		
14	Технології штучного інтелекту в маркетингу (4 год.)	Лр. № 6. «Технології штучного інтелекту в маркетингу» (2 год.)
15		



САМОСТІЙНА РОБОТА

Для студентів денної форми навчання – виконати роботу з RFM-аналізу, підготувати доповідь на одну з тем: «Вплив штучного інтелекту та аналітики на стратегії цифрового маркетингу: нові можливості та виклики» або «Вплив TikTok на сучасні маркетингові кампанії: взаємодія з аудиторією та створення вірусного контенту».

Для студентів заочної форми навчання – контрольна робота.

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

1. Методичні вказівки до самостійної роботи з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград., О.І. Денисенко, - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 20 с.

2. Методичні вказівки та завдання до лабораторних робіт з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград., А.Є. Рябенко - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 64 с.

3. Конспект лекцій з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград. - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 51 с.

4. Електронний навчальний курс, розроблений на базі платформи LMS Moodle, розміщений на навчальному порталі факультету за адресою: <https://moodle.zp.edu.ua/mod/url/view.php?id=114278>

5. Воронюк А., Поліщук О. Актуальний інтернет-маркетинг. К : ІРІО, 2018. 160 с.

6. Галліган Б., Шах Д. Вхідний маркетинг. Фабула, 2020. 240 с.

7. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. BookChef, 2022. 432 с.

8. Mobidea Academy. Режим доступу: <https://www.mobidea.com/academy/>.

9. Документація SmartSender. Режим доступу:

<https://smartsendereu.atlassian.net/wiki/spaces/docsru/pages/1676411232/Ukrainian>.

10. E-sputnik. Блог. Режим доступу: <https://esputnik.com/uk/blog>

11. Serpstat. Блог. Режим доступу: <https://serpstat.com/uk/blog/>.

ОЦІНЮВАННЯ

Рубіжний (модульний) контроль – це контроль знань здобувачів вищої освіти після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Проводиться у вигляді модульної контрольної роботи або за результатом поточного контролю.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах за 100-бальною системою.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль з дисципліни «Цифровий маркетинг» проводиться у формі семестрового екзамену в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом здобувача вищої освіти.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість є сумою балів за різні види навчальної роботи.

Протягом семестру студент проходить два рубіжних контролю по 2-м змістовним модулям, кожний з яких оцінюється за 100-бальною шкалою. Студент може отримати



екзаменаційну оцінку по дисципліні за результатами поточної роботи та рубіжних контролів відповідно.

Під час контролю протягом семестру враховуються наступні види робіт:

- виконання лабораторних робіт (всього 6 лабораторних робіт по 30 балів = 180 балів);
- захист індивідуального домашнього завдання студента оцінюється до 10 балів;
- тест з першої теми (10 балів).

Підсумкова оцінка за семестр визначається як середнє двох контролів за перший та другий змістовні модулі.

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумкова оцінка	Екзамен
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				(100+100)/2=100 балів	100 балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8		
10	30	30	30	30	10	30	30		

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів.

Студент також може отримати оцінку за результатами здачі екзамену під час сесії. Екзаменаційний білет включає 20 тестових завдань (по 3 балів за кожне), 2 фахових питання (по 20 балів за кожне).

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Опанування матеріалу можливе за записами лекцій та текстовими матеріалами. Можливо зарахування результатів неформальної та інформальної освіти. Зокрема, визнання результатів навчання онлайн курсів «SMM з AI» (<https://webpromoexperts.net/ua/courses/smm-z-ai/>), «Чат-боти та месенджери» (<https://webpromoexperts.net/ua/courses/chat-boty/>) академії WebPromoExperts в якості самостійної роботи за темами «SMM-просування», «Технології штучного інтелекту в маркетингу», «Чат-боти»; онлайн курсів компанії Coursera «Пошукова оптимізація (SEO)» (https://www.coursera.org/specializations/seo?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMRX4WVuUc0&irgwc=1&utm_medium=partners&utm_source=impact&utm_campaign=1359419&utm_content=b2c) в якості самостійної роботи за темою «SEO-просування сайту»; «Маркетинг у цифровому світі» (https://www.coursera.org/learn/marketing-digital?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMUO4WVuUc0&irgwc=1&utm_medium=partners&utm_source=impact&utm_campaign=1359419&utm_content=b2c) за темою «Вступ до цифрового маркетингу».

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf).

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для доступу до навчально-методичних розробок курсу Ви маєте мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/>

Для виконання лабораторних та самостійних робіт необхідно мати встановлений MS Excel, сучасний браузер, Telegram. Також необхідно мати акаунт Google.