



Силабус курсу ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти-бакалавр
Галузь знань 12 “Інформаційні технології”
Спеціальність 124 Системний аналіз
Освітньо-професійна програма «Системний аналіз»

Рік навчання: 3, Семестр: 6

Кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

д.е.н., проф. [Борисова Тетяна Михайлівна](#)

Контактна інформація

borisova.tanushka@gmail.com, +380961560900

Опис дисципліни

Дисципліна “Цифровий маркетинг” спрямована на формування системи теоретичних і практичних знань у галузі електронного маркетингу. Курс спрямований на опанування студентами теоретичних і прикладних підходів до оптимізації веб-сайтів під ключові запити у пошуковій системі Google, просування у соціальних мережах, аналізу конкурентів в Інтернет, налаштування контекстної реклами та розсилок у email-маркетингу. Курс орієнтований на відпрацювання практичних навичок із використання цифрових технологій у маркетингу. Навички, отримані під час вивчення дисципліни, дозволяють оптимізувати веб-сайт під пошукові системи, налаштувати розсилку електронних листів, скласти контент-план для соціальних мереж, розробити стратегію просування продукту або бренду у цифровому середовищі, сформулювати цифрове ком'юніті, налаштувати контекстну рекламу.

Під час вивчення цієї дисципліни бакалавр оволодіє такими спеціальними (фаховими) компетентностями, як здатність здійснювати маркетингову діяльність в Інтернет та здатність аналізувати та оцінювати результативність і ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернет.

Структура курсу

Години (лек. / пр.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1.СУТНІСТЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	Ознайомитися із загальною характеристикою цифрового маркетингу як економічного явища. Знати підходи до визначення сутності цифрового маркетингу та його складових. Вміти охарактеризувати інструменти Інтернет-маркетингу в розрізі основних класифікаційних ознак. Вивчити KPI цифрового маркетингу підприємств.	Тести Опитування Розв'язування задач

4/2	2. SEO – ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ. ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ	Знати сучасні трактування економічної категорії «пошуковий маркетинг». Ознайомитися із видами та вміти проаналізувати основні фактори ранжування. Знати специфіку SEO на ринку товарів та послуг. Освоїти способи внутрішньої оптимізації веб-сайтів.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу
4/2	3. SEO – ПОШУКОВИЙ МАРКЕТИНГ. ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ	Ознайомитися із загальною характеристикою зовнішньої оптимізації веб-сайтів як важливого інструменту SEO. Вивчити підходи до нарощення авторитету веб-сайтів. Навчитись охарактеризувати посилання на веб-сайти в розрізі основних класифікаційних ознак. Знати вимоги до донорів посилань.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу
4/1	4. ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ	Ознайомитися із загальною характеристикою електронної торгівлі, її основними поняттями. Виробити навички торгівлі через Інтернет-магазин. Ознайомитися із обмеженнями стосовно Інтернет-торгівлі в законодавстві України.	Тести Опитування Розв'язування задач. Презентація першої половини наскрізного завдання із розробки програми цифрового маркетингу фірми.
4/2	5. КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА	Ознайомитися із загальною характеристикою та значенням контекстної реклами. Знати переваги контекстної реклами. Вивчити види контекстної реклами та сервіс для її налаштування. Засвоїти методику налаштування контекстної реклами. Виробити здатність оцінювати ефективність контекстної реклами на основі KPI.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу
4/2	6. EMAIL-МАРКЕТИНГ	Ознайомитися із загальною характеристикою сутності та основними цілями email-маркетингу. Знати правила email-маркетингу як не потрапити в спам. Вміти охарактеризувати етапність планування та реалізації email-маркетингу. Вміти скласти план email-маркетингу. Засвоїти методику оцінювання ефективності email-маркетингу на основі KPI.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу
4/2	7. МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	Ознайомитися із загальною характеристикою поняття соціальних мереж. Вивчити ключові переваги та недоліки маркетингу в соціальних мережах. Знати і вміти розрізняти види соціальних мереж та їхню специфіку. Опанувати основні інструменти просування в соціальних мережах. Вміти відрізняти сірі і білі інструменти SMM.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу
4/1	8. СТРАТЕГІЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	Ознайомитися із загальною характеристикою сутності та рівнями стратегії цифрового маркетингу. Виробити навички формування стратегії цифрового маркетингу. Знати переваги комплексного цифрового маркетингу. Вміти аналізувати недоліки комплексної моделі цифрового маркетингу. Ознайомитись із типами стратегій цифрового маркетингу. Знати складові маркетинг-стратегії в Інтернет. Опанувати основні сервіси для побудови стратегії цифрового маркетингу та веб-аналітики. Знати переваги Google Analytics. Вміти аналізувати трафік на сайт у розрізі типів. Опанувати способи збільшення трафіку на сайт.	Тести Опитування Наскрізне завдання із розробки програми цифрового маркетингу бізнесу

Літературні джерела

Основна література

1. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с
2. Google Analytics Usage Statistics. URL: <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics>
3. WEB-маркетинг: SEO [Текст]: консп. лекцій / уклад. С.М. Дробчук, Т.М. Борисова. Тернопіль: THEU, 2019. 40 с.
4. Tanvi Gupta, Smita Mishra, Khushi Katyal. A Textbook On DIGITAL MARKETING. Puffins Publishers, 2021. 257р.
5. Борисова Т. М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 260 с.
6. Базалієва Л., Сіренко І. Цифрові канали та інструменти digital маркетингу. InterConf. 2020. № 37. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/6837>

Додаткова література

7. Діджитал-маркетинг штучного інтелекту: тренди на 2022 рік. URL: <https://cases.media/article/didzhital-marketing-shtuchnogo-intelektu-trendi-na-2022-rik?fbclid=IwAR3M4WTt5H2EQthDGOMavu33wZVuaolyHJK0IfiloeTuht7MmpcH8V6EpbU>.
8. Єдине, що поки що не навчився автоматизувати штучний інтелект — це людська креативність. URL: <https://cases.media/article/oleksandr-akimenko-yes-and-design-yedine-sho-poki-sho-ne-navchivsya-avtomatizuvati-shtuchnii-intelekt-ce-lyudska-kreativnist>.
9. Керол Г. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. К.: ArtHuss. 2021. 128 с.
10. Картаджайя Х., Сетьяван А., Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технології для людства. КМ-БУКС, 2024. 280 с.
11. Євсейцева О., Люльчак, З., Семенда О., Ярвіс, М., & Пономаренко І. (2022). DIGITAL-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(42), 361–370.
12. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
13. Процишин Ю., Борисова Т. Дослідження векторів використання Інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. *Вісник ХНУ*. 2020, №2. С. 130-135. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2\(280\).pdf#page=130](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130).
14. Гарматюк О.В. Використання діджитал-маркетингу у комплексі просування. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-3>
15. Хрупович С.Є., Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.
16. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII.
17. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023- XII, редакція від 25.07.2021 (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379).

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:** Списування під час контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5 %	15%
Поточне опитування	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять	Оцінка за контрольну роботу за всіма темами	Оцінка за захист проєкту	Середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання 3 завдань самостійної роботи

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	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 складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)