



**Силабус навчальної дисципліни
«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В ДІЇ»**

Освітня програма: Економіка підприємства, Облік і оподаткування, Менеджмент (Управління персоналом та економіка праці) (мова навчання – українська)

Спеціальність: 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 073 Менеджмент

Рік навчання: 1

Семестр: 2

Структурний підрозділ	Кафедра менеджменту, природничо-економічний факультет
Викладач:	<p>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. вул. Суворова, 52), 301 ауд. (кафедра менеджменту). Профайл викладача: http://kaf-up.kpnpu.edu.ua/lavruk-oksana-stepanivna/</p>
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.kpnpu.edu.ua/course/view.php?id=9744
Статус дисципліни	Дисципліна вибіркової компоненти (за вибором здобувачів вищої освіти)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС / години	3 кредитів ЄКТС / 90 год.
Мова викладання	Українська
Форми навчання	Очна, заочна.
Політика дисципліни	<p>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.</p> <p>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.</p>
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?	Очікувані результати навчання з дисципліни: – демонструвати вміння збирати, аналізувати дані, необхідні для вирішення важливих наукових, професійних питань, виявляти та застосовувати знання цифрового маркетингу до ділових ситуацій у місцевому та глобальному середовищі; – 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?	Фахові компетентності: – здатність формувати та використовувати базові знання з цифрового маркетингу для ділових ситуацій; – 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. Взаємодія між маркетингом у соціальних мережах та іншими заходами цифрового маркетингового спілкування. Брендкування та антибрендінг у цифровому середовищі. Сторітелінг та вірусний маркетинг. Майбутнє цифрового маркетингу: цифрові чинники впливу, впливовий маркетинг, створення особистого бренду, альтернативні канали комунікації
Методи навчання	Інтегровані методи (словесні, практичні, наочні, інтерактивні), які забезпечують оптимальні шляхи досягнення навчальної мети.
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jones B. and Leverenz C, Building Personal Brands with Digital Storytelling ePortfolio 2017, Volume 7, Number 1, 67-91 2. Du Plessis, C., 2017, 'The role of content marketing in social media content communities' South African Journal of Information Management 19(1), a866. https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.866 3. Europe enterprise network ecommerce guide https://een.ec.europa.eu/sites/default/files/een_guide_ecommerce_2018.pdf 4. Figurska I. Personal branding as an element of employees' professional development 2016 Human-Resources-Management-Ergonomics-Volume-X-PERSONAL-BRANDING-AS-AN-ELEMENT-OF-EMPLOYEES-PROFESSIONAL-DEVELOPMENT-IRENA-FIGURSKA.pdf 5. Hai-Ming Chen, Hsin-Mei Chung, A scale for CEO personal brand measurement, 2017, South African Journal of Business Management Vol. 48, No. 2 https://journals.co.za/doi/abs/10.10520/EJC-86b310388 6. Stokes, R. and The Minds of Red&Yellow (2017) eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world, 6th Edition (beta). Red & Yellow. [available online: https://www.redandyellow.co.za/textbook/] 7. Marketing-Schools.org, 2016. Inbound Marketing - Explore the Strategy of Inbound Marketing. [online] Available at: <http://www.marketing-schools.org/typesof-marketing/inbound-marketing.html>. 8. Hubspot, 2016. The Inbound Methodology - The best way to turn strangers into customers and promoters of your business. [online] Available at: <http://www.hubspot.com/inbound-marketing>. 9. Huify, 2016. Inbound Methodology - Turn strangers into customers, and then promoters of your business. [online] Available at: <https://www.huify.com/inbound-marketing>.

	10. Gonçalves, J. N., T. Monteiro, M. T., & Sofia Rodrigues, H. (2018). On the Dynamics of a Viral Marketing Model with Optimal Control using Indirect and Direct Methods. <i>Statistics, Optimization & Information Computing</i> , 6(4), 633-644. https://doi.org/10.19139/soic.v6i4.441											
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Лекційні заняття (14 год.), практичні заняття (16 год.), самостійна робота (60 год.)											
Система контролю знань здобувачів вищої освіти із дисципліни	<p>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.</p> <p>Поточний контроль спрямований на перевірку засвоєння та розуміння навчального матеріалу, формування навичок і вмінь самостійно опрацювати теоретичний матеріал, реалізувати їх на конкретних практичних завданнях, здатності публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).</p> <p>Об'єктами поточного контролю знань здобувача вищої освіти є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систематичність та активність роботи протягом семестру; - виконання завдань для самостійного опрацювання; - виконання завдань модульного контролю. <p style="text-align: center;">Розподіл балів, які отримують студенти</p> <table border="1" data-bbox="618 888 1425 1041"> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Поточний і модульний контроль – 100 балів</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">Сума балів</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Поточний контроль</td> <td style="text-align: center;">МКР</td> <td style="text-align: center;">ІНДЗ</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">60</td> <td style="text-align: center;">30</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </table>	Поточний і модульний контроль – 100 балів			Сума балів	Поточний контроль	МКР	ІНДЗ	60	30	10	100
Поточний і модульний контроль – 100 балів			Сума балів									
Поточний контроль	МКР	ІНДЗ										
60	30	10	100									
Критерії оцінювання знань, умінь, навичок студентів на навчальних заняттях	<p>Система контролю знань студентів з дисципліни «Цифровий маркетинг в дії» включає в себе поточний контроль знань студентів. Зазначена форма контролю організується так, щоб стимулювати ефективну самостійну роботу студентів протягом семестру і забезпечити об'єктивне оцінювання їхніх знань.</p> <p>Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення творчих робіт, умінь самостійно опрацювати теоретичний та практичний матеріал, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).</p> <p>Об'єктами поточного контролю знань студента є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систематичність та активність роботи протягом семестру; - виконання завдань для самостійного опрацювання; - виконання завдань модульного контролю. <p>Систематичність і активність роботи студента впродовж семестру контролюється й оцінюється за такими видами робіт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відвідування практичних занять; - рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; 											

	<ul style="list-style-type: none"> - активність під час обговорення питань, винесених на практичні заняття; - експрес-тестування. <p>Контролю і оцінюванню виконання завдань для самостійного опрацювання підлягають:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поглиблене вивчення (самостійне опрацювання) тем у цілому чи окремих питань; - виконання індивідуальних аналітико-розрахункових ситуаційних завдань; - виконання індивідуальних робіт з елементами наукового дослідження в галузі цифрових трансформацій; <p>підготовка аналітичних і бібліографічних оглядів, рефератів, есе тощо.</p>
Підсумковий контроль	Залік
Локація	Згідно з розкладом