



Цифровий маркетинг

Кредити та кількість годин: 3 кредити ECTS;
- очна форма: 24 год. лекційних, 20 год. практичних та 44 год. самостійна робота; 2 год. консультації, екзамен.

I. Опис навчальної дисципліни

Дисципліна «Цифровий маркетинг» є однією із основних складових освітньо-професійної програми «Data-маркетинг та аналітика». Опанування основних понять і алгоритмів цифрового маркетингу, набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань з дослідження ринків і конкурентів дають змогу зрозуміти характер та особливості здійснення підприємницької діяльності в інформаційну епоху. Це сприяє формуванню в майбутніх маркетологів вмінь творчого пошуку резервів щодо удосконалення діяльності підприємства, лідерських навичок та здатності до прийняття управлінських рішень, що є основою їх конкурентоспроможності на ринку праці.

Особливістю пропонованого курсу є не тільки те, що набуті знання дозволяють слухачам зрозуміти «секрети успіху» найефективніших підприємств та організацій в Україні та світі, але й сформуванню власну маркетингову стратегію професійного зростання. Вас чекають цікаві дискусії у формі оксфордських дебатів, розв'язання маркетингових ситуаційних вправ та можливість презентації власних досліджень щодо ефективності ринкової діяльності відомих підприємств та організацій.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів розуміння основ цифрового маркетингу, отримання ними умінь та навичок розробки стратегій діджитал маркетингу, вміння працювати і використовувати на практиці сервіси цифрового аналізу конкурентів, SEO, інструментів SMM, працювати з веб-аналітикою.

Завданням навчальної дисципліни є отримання здобувачами знань у сфері діджитал маркетингу, засвоєння основних методів та технологій просування продукції (послуг) через Інтернет, ефективне використання сучасних технологій цифрового маркетингу:

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

СК 16. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

III. Результати навчання

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-1.	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН-5.	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН-7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН-16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН-20.	Обґрунтовувати маркетингові управлінські рішення щодо напрямів розвитку суб'єктів господарювання та забезпечення їх конкурентоспроможності.
ПРН-21.	Використовувати сучасні цифрові технології аналізу структурованих і неструктурованих баз даних з метою прогнозування ринків та поведінки споживачів.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1	Сутність цифрового маркетингу та його функції
2	Digital стратегія та фреймворки для її розробки

3	Маркетинговий аналіз та планування в digital-середовищі
4	Штучний інтелект в цифровому маркетингу
5	SEO оптимізація як інструмент digital-маркетингу
6	Контент-маркетинг
7	Email-маркетинг як ефективний канал продажу та просування
8	Сутність та роль SMM в просуванні бізнесу
9	Реклама в інтернеті
10	WEB-аналітика в маркетингу

