



**Силабус навчальної дисципліни
«ГЛОБАЛЬНИЙ DIGITAL- MARKETING ТА E-COMMERCE»**

Освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	2 (другий)
Семестр	3 (третій)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Дана навчальна дисципліна спрямована на формування у студентів знань і навичок щодо використання цифрових технологій у маркетингових стратегіях міжнародних компаній, аналізу електронної комерції та управління цифровими комунікаціями у глобальному бізнес-середовищі.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Метою викладання навчальної дисципліни є ознайомити студентів з принципами, інструментами та методами цифрового маркетингу та електронної комерції у міжнародному контексті.
Чому можна навчитися (результати навчання)	– Вивчити основні концепції та стратегії digital-маркетингу. – Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати ефективності цифрових кампаній та інструментів аналітики (Google Analytics, Data Studio). – Проводити аналіз інструментів SEO, SMM, PPC, email-маркетингу. – Досліджувати моделі електронної комерції B2B, B2C, C2C, D2C. – Впроваджувати маркетингові стратегії у глобальному електронному бізнесі. – Здійснювати аналіз регуляторного середовища цифрового маркетингу та електронної комерції.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	– Розробка та впровадження digital-стратегій у міжнародних компаніях. – Аналітика та оптимізація маркетингових кампаній. – Використання даних для прийняття рішень у маркетингу та e-commerce. – Робота в digital-агентствах, стартапах та корпораціях. – Створення та управління інтернет-магазинами та платформами e-commerce. – Застосування SEO, контент-маркетингу та рекламних технологій для просування брендів. – Робота з Big Data, штучним інтелектом та автоматизацією маркетингових процесів.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Модуль №1 «Вступ до глобального digital-маркетингу і E-commerce у глобальному бізнесі» 1. Основні поняття та концепції digital-маркетингу. 2. Еволюція digital-маркетингу: від традиційних до сучасних інструментів. Роль digital-маркетингу у міжнародному бізнесі. 3. Регулювання digital-маркетингу на міжнародному рівні. 4. Контент-маркетинг та бренд-стратегії. 5. Соціальні медіа як канал маркетингової комунікації. 6. SEO та SEM: основи пошукового просування. 7. Email-маркетинг та автоматизація маркетингу. 8. PPC-реклама та її особливості в міжнародному бізнесі. 9. Основи електронної комерції та її моделі (B2B, B2C, C2C).

	10. Платформи e-commerce: огляд глобальних маркетплейсів. 11. Логістика та фінансові аспекти e-commerce. 12. Захист даних та міжнародне правове регулювання. Види занять: Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Методи навчання: метод «мозкового штурму», робота в міні-групах, «ділова гра», моделювання ситуацій, «семінар-дискусія», презентація. Форми навчання: денна.
Пререквізити	Загальні та фахові знання з дисциплін, що вивчаються на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.
Пореквізити	Знання з дисципліни можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи.
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	Науково-технічна бібліотека НАУ: 1. Підприємництво та основи бізнесу. Практикум: Навчальний посібник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир : Житомирська політехніка, 2023. 280 с. 2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 432 с. 3. Chaffey, D. Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson, 2022. 4. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley, 2017. 5. Ryan, D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page, 2020. 6. Tuten, T. Principles of Digital Marketing. Sage Publications, 2021. 7. Strauss, J., Frost, R. E-Marketing. Pearson, 2021. Інтернет-ресурси: 1. http://doingbusiness.org/ – щорічне рейтингове дослідження «Ведення бізнесу». 2. https://www.me.gov.ua – офіційний сайт Міністерства економіки України. 3. http://ukrstat.gov.ua/ – офіційний сайт Державної служби статистики України. 4. www.worldbank.org – офіційний сайт Світового банку.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету права та міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму
Факультет	Факультет права та міжнародних відносин
Викладач(и)	 ПРОКОП'ЄВА АЛІНА АНАТОЛІЇВНА Посада: доцент кафедри міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму ФПМВ Науковий ступінь: кандидат економічних наук Вчене звання: доцент Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/ Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_org&hl=ru&org=4709891211339170512 Research Gate: https://www.researchgate.net/ ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6745-0485

	ResearcherID: https://publons.com/dashboard/settings/permissions/#journal-partnerships Тел.: 406-73-65 E-mail: alinaprokopeva1977@gmail.com Робоче місце: 7-405
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс