

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Цифровий маркетинг та електронна комерція

Статус дисципліни: вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Городецький Юрій Дмитрович.

Рекомендовано: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Необхідні передумови: вивчення цієї навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів.

1. Анотація курсу:

Обсяг: загальна кількість годин – 120 кількість кредитів ЄКТС – 4

Мета дисципліни – оволодіння компетентностями у сфері цифрового маркетингу та електронної комерції, розуміння концепцій SEM (Search Engine Marketing) та SEO (Search Engine Optimization), які є критично важливими для ефективного позиціонування бренду в цифровому просторі. Студенти отримують практичні навички у сфері аналітики веб-даних, зокрема засобами Google Analytics, що дозволить їм моніторити та аналізувати ключові показники ефективності (KPIs) для оцінки ROI (повернення інвестицій). Студенти будуть знати, як розробляти та впроваджувати комплексні стратегії електронної комерції, які включають управління асортиментом, ціноутворення та логістику, ефективно реалізовувати процеси та вирішувати завдання медіакомерції за допомогою новітніх методів та інструментів.

Результати навчання дисципліни:

знати: ключові концепції цифрового маркетингу, такі як SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), CRM (Customer Relationship Management), та основ електронної комерції, включаючи управління логістикою та ціноутворенням. Впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

вміти: застосовувати аналітичні інструменти, зокрема Google Analytics, для оцінки ключових показників ефективності (KPIs) та ROI (Return on Investment), що дозволить оптимізувати маркетингові кампанії; коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

здатен продемонструвати: до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; вчитися і оволодівати сучасними знаннями; продемонструвати теоретичні знання та практичні навички необхідні для реалізації процесу успішного маркетингу в медіапросторі; пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності;

володіти навичками: налаштування SEO, керування сайтами, управління відносинами з клієнтами та автоматизації маркетингу, що забезпечує ефективну взаємодію з цільовою аудиторією на всіх етапах життєвого циклу клієнта;

самостійно вирішувати: студент зможе самостійно ідентифікувати проблеми та виклики в сфері цифрового маркетингу та електронної комерції, а також розробляти стратегічні рішення для їх вирішення, базуючись на аналітичних даних та маркетингових дослідженнях; застосовувати знання у практичних ситуаціях; діяти соціально відповідально та свідомо.

Результати навчання: ПРН3, ПРН 5, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12.

Зміст дисципліни: Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу та електронної комерції (Огляд основних концепцій, інструментів та платформ, які використовуються у цифровому маркетингу). Тема 2. SEO просування (Search Engine Optimization) Методики та стратегії оптимізації веб-сайтів для пошукових систем, зокрема ключові слова, метатеги та контент- маркетинг). Тема 3. Основи SEM (Search Engine Marketing) Основи реклами в пошукових системах, включаючи Pay-Per-Click (PPC) рекламу та рекламні кампанії). Тема 4. Управління відносинами з клієнтами (CRM) та електронна комерція (Інтеграція CRM-систем для управління клієнтською базою та оптимізації продажів). Тема 5. Social Media Marketing (Використання соціальних мереж для просування брендів та залучення цільової аудиторії). Тема 6. Email Marketing (Розробка та оптимізація

ефективних електронних рекламних кампаній, сегментація аудиторії та аналіз результатів). Тема 7. Контент-маркетинг та управління контентом (Стратегії створення, дистрибуції та монетизації контенту в цифровому просторі). Тема 8. Аналітика та KPIs (Використання інструментів, таких як Google Analytics, для аналізу ключових показників ефективності (KPIs) та ROI). Тема 9. Мобільний маркетинг та електронна комерція (Особливості маркетингових кампаній, орієнтованих на мобільні платформи, та оптимізація мобільних додатків для електронної комерції). Тема 10. Омніканальний підхід у комунікаційному дизайні (Інтеграція різних каналів комунікації (онлайн та офлайн) для створення злагодженого і безшовного клієнтського досвіду).

Форми підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, вправи, перелік питань, комплекти тестових завдань для тематичного та підсумкового контролів.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота											Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	МК	100
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	20	

Розподіл балів за видами робіт

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
Виступ на практичному занятті	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Поточний контроль	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Модульний контроль	20										20
Всього з дисципліни											100

Критерії оцінювання видів робіт:

Виступ на практичному занятті:

1. Вичерпна, правильно побудована доповідь, продемонстровано глибокі знання понятійного апарату, опрацьованих джерел, уміння аргументувати свою думку переконливими прикладами – 3 бали.
2. В основному тема розкрита правильно, виклад матеріалу послідовний, але є несуттєві неточності – 2 бали.
3. Поставлене питання загалом розкрито, але відсутня переконлива аргументація, характеристика певних об'єктів, не послідовний виклад матеріалу – 1 бал.
4. Виступ демонструє посереднє знання основного програмного матеріалу, містить істотні помилки при трактуванні понятійного апарату, хаотичний – 0,5 бала.

Розрахункові роботи оцінюються по 2 бали;

Презентації оцінюються по 1 балу.

Критерії оцінювання модульного контролю

Модульний контроль складається з трьох питань: 1 питання -6 балів, 2 питання - 6 балів, ситуаційна задача – 8 балів, всього – 20 балів.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР /заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/ зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/ зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/ зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/ незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів (60) за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.3. В разі несвоєчасного виконання робіт допускається їх доопрацювання в межах часу, до проходження тематичного контролю з дисципліни.

3.4. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- допускається з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) без зниження балів за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі;
- без поважних причин оцінюється на 1 бал нижче за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.5. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.6. Пропущені практичні заняття та не пройдені тематичні контролі здобувачем вищої освіти відпрацьовуються в межах семестру, в якому викладається дисципліна, за погодженням з викладачем.

3.7. Оскарження здобувачем вищої освіти підсумкової оцінки з дисципліни допускається згідно відповідно до «Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів».

3.8. Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній освіті.