

Анотація на вибірковий ОК «Цифровий маркетинг»

Рівень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рівень вищої освіти*

Кількість кредитів – 5

Компонент освітньої програми: *вибірковий*

Мова викладання: *українська*

Викладач: Гльос Ірина Романівна, викладач, e-mail: glosira@ukr.net

Опис ОК

1. Актуальність курсу. Освітній компонент «Цифровий маркетинг» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти системних знань, практичних умінь і професійних компетентностей у сфері просування товарів і послуг у цифровому середовищі. В умовах активної цифровізації економіки та переходу бізнесу до онлайн-форматів діяльності цифровий маркетинг є ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємств і розвитку підприємницької діяльності. Курс охоплює сучасні інструменти та технології digital-маркетингу: SEO-оптимізацію, контент-маркетинг, SMM, email-маркетинг, контекстну та таргетовану рекламу, веб-аналітику, управління репутацією в мережі, автоматизацію маркетингових процесів. Особлива увага приділяється аналізу поведінки споживачів в онлайн-середовищі, оцінці ефективності маркетингових кампаній та прийняттю управлінських рішень на основі даних.

2. Мета ОК – формування у здобувачів освіти системи знань і практичних навичок щодо розроблення та реалізації цифрових маркетингових стратегій, використання сучасних інструментів онлайн-просування, аналітики та оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства в цифровому середовищі.

3. Завдання курсу: ознайомлення здобувачів освіти із теоретичними основами цифрового маркетингу, сучасними тенденціями розвитку digital-середовища та інструментами онлайн-просування; формування практичних навичок розроблення цифрової маркетингової стратегії підприємства з урахуванням цільової аудиторії, конкурентного середовища та ресурсних можливостей; опанування інструментів цифрового просування, зокрема: SEO-оптимізації, SMM та контент-маркетингу, контекстної та таргетованої реклами, email-маркетингу, веб-аналітики; розвиток умінь аналізувати ефективність маркетингових кампаній на основі показників KPI, ROI, конверсії, трафіку та поведінкових метрик; приймати обґрунтовані управлінські рішення формування здатності працювати з цифровими платформами та аналітичними сервісами на основі даних; розвиток креативного та стратегічного мислення, необхідного для створення конкурентоспроможних digital-проектів; формування професійної відповідальності та етичних засад діяльності у сфері цифрових комунікацій.

4. Проблематика (зміст ОК), яка буде розглянута у процесі вивчення ОК.

Тема 1. Сутність та складові цифрового маркетингу

Тема 2. Стратегія цифрового маркетингу

Тема 3. Основні типи та етапи розробки вебсайтів

Тема 4. Технології аналізу у цифровому маркетингу

Тема 5. Технології пошукового маркетингу

Тема 6. Особливості ціноутворення у цифровій рекламі

Тема 7. Автоматизація маркетингу

Тема 8. Контент-маркетинг

Тема 9. Технології цифрового маркетингу у соціальних медіа

Тема 10. Мобільні технології цифрового маркетингу

5. У результаті вивчення ОК здобувач вищої освіти повинен знати і вміти:

Знати:

- понятійно-категоріальний апарат цифрового маркетингу, структуру та основні канали digital-комунікацій, роль цифрового маркетингу в системі управління підприємством;

- етапи розроблення digital-стратегії, методи сегментації, позиціонування та вибору цільової аудиторії, інструменти стратегічного планування (SMART, SWOT, KPI);

- види вебсайтів (корпоративний, лендінг, інтернет-магазин тощо), етапи створення та просування вебресурсу, принципи UX/UI та вимоги до структури сайту;

- основні показники веб-аналітики, принципи збору, обробки та інтерпретації маркетингових даних, інструменти оцінювання ефективності онлайн-кампаній;

- сутність SEO та SEM, принципи внутрішньої та зовнішньої оптимізації, алгоритми пошукових систем;

- моделі оплати реклами (CPC, CPM, CPA тощо), формування бюджету рекламної кампанії, фактори, що впливають на вартість цифрової реклами;

- сутність маркетингової автоматизації, CRM-системи та тригерні комунікації, інструменти email- та чат-автоматизації;

- види цифрового контенту, принципи створення контент-стратегії, оцінювання ефективності контенту;

- особливості SMM, алгоритми соціальних мереж, принципи таргетованої реклами;

- специфіку мобільного маркетингу, мобільну рекламу та адаптивний дизайн, роль месенджерів і мобільних додатків у просуванні.

Вміти:

- аналізувати цифрове середовище та визначати оптимальні канали просування;
- розробляти цифрову маркетингову стратегію відповідно до цілей підприємства;

- формувати технічне завдання на створення вебсайту та оцінювати його ефективність;

- використовувати інструменти веб-аналітики для прийняття управлінських рішень;

- здійснювати базову SEO-оптимізацію вебресурсів;

- розраховувати бюджет рекламної кампанії та обирати модель ціноутворення;

- налаштовувати базові інструменти автоматизації маркетингу;

- розробляти контент-план та створювати цифровий контент;

- планувати та оцінювати ефективність SMM-кампаній;

- адаптувати маркетингові інструменти до мобільного середовища.

6. Шкала оцінювання з ОК у балах за всі види навчальної діяльності, яка переводиться в оцінку за шкалою ECTS та у чотирибальну національну шкалу:

Сума балів за шкалою Інституту	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Екзамен	Диференційований залік
90-100	A (відмінно)	Відмінно	Зараховано з оцінкою «відмінно»
82-89	B (дуже добре)	Добре	Зараховано з оцінкою «добре»
75-81	C (добре)		
65-74	D (задовільно)	Задовільно	Зараховано з оцінкою «задовільно»
60-64	E (достатньо)		
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	Незадовільно	Не зараховано
1-34	F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)		

7. Критерії оцінювання складових поточного контролю навчальної діяльності здобувача

Компетентності (знання, уміння та навички), продемонстровані на навчальних заняттях (враховуючи знання з тем, що виносяться на самостійне опрацювання) оцінюються за 100-бальною системою.

Оцінка в балах (за 100-бальною шкалою) за всі види навчальної діяльності	Критерії оцінювання
98-100	Здобувач має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й нахили; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах.
94-97	Здобувач володіє узагальненими знаннями з ОК, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси; займає активну життєву позицію.

90-93	Здобувач володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні ОК; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси.
86-89	Здобувач вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички.
81-85	Знання здобувача досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення.
75-80	Здобувач правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план реферату, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми.
70-74	Здобувач розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати події, ситуації, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час розв'язування розрахункових завдань за алгоритмом, користуватися додатковими джерелами.
65-69	Здобувач розуміє сутність ОК, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з підручником, самостійно опрацьовувати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але окремі висновки не логічні, не послідовні.
60-64	Здобувач володіє початковими знаннями, здатний провести за зразком розрахунки; орієнтується у поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.
50-59	Здобувач намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі властивості; робить спроби виконання вправ, дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом.
35-49	Здобувач мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь.
1-34	Здобувач володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”.

Оцінювання модульних контрольних робіт здійснюється за 100-бальною системою.

Оцінювання навчального матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення для здобувачів заочної форми навчання, здійснюється за 100-бальною системою.

8. Література

Основна література

1. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. / І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук. Київ : Центр навч. літ., 2008. 184 с.
2. Dice R., Henneberry R. Digital Marketing. 2-nd edition. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. New Jersey, 2020. 368 p.
3. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Publisher: Kogan Page, 2020. 384 p.
4. Гупта С. Цифрова стратегія : пер. з англ. / С. Гупта. Київ : КМБУКС, 2020. 320 с.
5. Kotler Ph., Armstrong G. Principles of Marketing. Pearson; 17-th edition, 2017. 736 p.
6. Котлер Ф. Розворот від традиційного до цифрового: технології просування в інтернеті / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетіаван. Київ : Форс Україна, 2020. 224 с.
7. Лабурцева О.І. Стратегічний маркетинг : підручник / О.І. Лабурцева, Л.К. Яцишина, О.С. Бондаренко, Т.М. Янковець ; за ред. А.А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екоп. ун-т, 2022. 250 с.
8. Jeffrey M. Data-Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know. Wiley; 1st edition. 2010. 320 p.
9. Ries E. The Lean start up // How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses. Penguin, 2011. 320 p.
10. Канеман Д. Мислення швидке й повільне : пер. з англ. / Д. Канеман. Київ : Форс Україна, 2021. 653 с.
11. Роулз Д. Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань / Д. Роулз ; пер. з англ. К. Дерев'яно. Харків : Ранок ; Фабула, 2020. 256 с.
12. Воронюк А. Актуальний інтернет-маркетинг / А. Воронюк, О. Поліщук. Київ : ІРІО, 2018. 160 с.

Допоміжна література

1. Цифрова економіка – майбутнє вже зараз // Головне in UA. URL: <https://glavnoe.ua/articles/a12171-cifrova-ekonomika-%E2%80%93-majbutne-vzhe-zaraz>
2. Янковець Т.М. Цифрові технології підвищення вартості брендів // Вісник КНТЕУ. 2019. № 4 (126). С. 85–100.
3. Thomson Peter J. Value Proposition Canvas Template // Digital Business Strategy. Site of Peter J. Thomson. URL: <https://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas/>
4. Fundamentals of digital marketing. Coursera // National Research University Higher School of Economics. URL: <https://www.coursera.org/specializations/fundamentals-digital-marketing/>
5. Беланенко І. Як проводити А/В тестування. Serpstat. URL: <https://serpstat.com/ru/blog/kak-provodit-ab-testirovanie/>
6. Кокарева К. Юзабіліті тестування сайту. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LEDU5OWJgyA&t=42s>
7. Борзенко О. Покупка посилань для SEO-просування сайту / О. Борзенко // UAATEAM. URL: <https://uaateam.agency/blog/howto-buy-links-for-seo-website-promotion-correctly-2/>

8. Шевченко С. Як працює нативна реклама / С. Шевченко // AdwService. URL: <https://adwservice.com.ua/uk/natyvna-reklama>
9. Тизерна реклама в інтернеті // AGMarketing. URL: <https://ag.marketing/blog/tizerna-reklama-v-interneti/>
10. Принципи створення вірусної реклами // t1.ua. URL: <https://t1.ua/special/60289-pryntsyru-stvorenniya-virusnoyi-reklamy.html>
11. Інтерактивна реклама з використанням розпізнавання і датчиків: вражаючи кейси та як це працює // Evergreen. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/interactive-advertising.html>
12. Шелефонтюк А. 7 причин для використання мобільних pushповідомлень / А. Шелефонтюк // eSputnik. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/7-prichin-dlya-vikoristannya-mobilnih-push-povidomlen>
13. Сомова О. Види контенту / О. Сомова // WebPromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/vidy-kontenta-kakim-byvaet-i-gde-egoispolzovat/>

Інформаційні ресурси

1. Global Center for Digital Business Transformation // Офіц. сайт. URL: <https://www.imd.org/>
2. Smart Insights (Marketing Intelligence) Limited // Офіц. сайт. URL: <https://www.smartinsights.com/>
3. Chaffey D. 10 reasons you need a digital marketing strategy in 2022. Smart Insights / D. Chaffey. URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/digital-strategy-development/10-reasonsfor-digital-marketing-strategy/>
4. Створення LandingPage // Tilda Publishing. URL: <https://tilda.education/courses/landing-page/understanding-main-principles/>
27. UX/UI-Дизайн. URL: <https://redstone.media/shcho-take-ux-ui-dysayn>
5. Сайт Управління з присвоєння номерів в інтернеті. URL: <http://data.iana.org/TLD/tlds-alpha-by-domain.txt>
6. Хостингова компанія HOSTiQ. Блог. URL: <https://hostiq.ua/>
7. 10 Usability Heuristics for User Interface Design // NN/g Nielsen Norman Group. URL: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usabilityheuristics/>
8. How Google uses cookies? Google. URL: <https://policies.google.com/technologies/cookies>
9. Measure the offline value of your online ads // Google Ads Help. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/6190164>
10. Google Analytics account structure // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/9679158>
11. Access and data-restriction management // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/9305587>
12. Common conversions // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/13127218>
13. Data filters // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/13296761>
14. GA4 – Google Merchandise Store // Demo Account. URL: <https://analytics.google.com/analytics/web/>
15. Introducing the Next Generation Tool // Google Analytics 4. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/10089681>

16. Reports. // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/topic/13356027>
17. Understanding Google Analytics Reports // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/9212670>
18. How to set up detailed reports // Analytics Help. URL: <https://support.google.com/analytics/answer/10445879>
19. Кращі сервіси для вебаналітики // Hosting Ukraine. URL: <https://www.ukraine.com.ua/uk/blog/web-analytics/luchshie-servisidlya-veb-analitiki.html>
20. Колтрекінг: чек-лист параметрів // Web Promo Experts. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/pravilnoe-ispolzovanie-servisovpo-analitike-zvonko-v-ischerpyvayushchiy-chek-list-dlya-biznesa/>
21. Ringostat. URL: <https://ringostat.com/uk/calltracking/>
22. General information about Search Console // Help Search Console. URL: <https://support.google.com/webmasters/answer/9128668>
23. How to write and submit a robots.txt file // Search Console. Documentation. URL: <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/robots/create-robots-txt>
24. Sitemaps // Search Console. Documentation. URL: <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/sitemaps/overview>
25. 20 маркетингових каналів для залучення клієнтів // Laba. URL: <https://l-a-b-a.com/uk/blog/3100-20-marketingovyh-kanalov-dlyaprivlecheniya-klientov>
26. Шевченко Є. Партнерський маркетинг і CPA-платформи / Є. Шевченко, К. Васіна // School of Digital Advertising UAMASTER. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BwqGpNBBdag>
27. What are push notifications: how they work and what they look like // Gravitec. URL: <https://gravitec.net/blog/>
28. In-App Notifications // Leanplum. CleverTap company. URL: <https://www.leanplum.com/glossary/in-app-notifications/>
29. What is Media Network // Help Google Ads. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/117120>
30. Display ads and the Google Display Network // Help Google Ads. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/2404190>
31. How to choose the right campaign type // Help Google Ads. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/2567043>
32. About campaigns for applications // Help Google Ads. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/6247380>
33. 2023 average Ad click through rates (CTRs) for paid search, display and social media // Smart Insights. URL: <https://www.smartinsights.com/internet-advertising/internet-advertising-analytics/display-advertisingclickthrough-rates/>
34. Топ-7 найпопулярніших банерів для медійної реклами // PANEM. URL: <https://icyeast.org/a-top-7-banners-for-media-advertising>
35. Актуальні розміри банерів Google Ads // WebPromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/aktualnye-razmery-bannerov-googleads/>
36. KANTAR. URL: <https://www.kantar.com/>
37. Кращі сервіси e-mail-розсилок // Hostiq. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/4-e-mail-services/>
38. LAVLA. Інтернет-магазин. URL: <https://lavla.com.ua/>