

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ**

**ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ
(DIGITAL MARKETING)
СЕРТИФІКАТНА ПРОГРАМА**

**для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за освітньою програмою «Промисловий маркетинг»
спеціальності 075 Маркетинг**

Ухвалено Методичною радою
КПІ ім. Ігоря Сікорського
від «08» 05 2025 р., протокол № 7
Введено в дію наказом
від «15» 05 2025 р., наказ НОД/431/25

Київ – 2025

ПЕРЕДМОВА

Розробники сертифікатної програми:

Керівник робочої групи:

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри промислового маркетингу _____

Робоча група сертифікатної програми:

Шульгіна Людмила Михайлівна, професор, професор кафедри промислового
маркетингу, доктор економічних наук, голова НМКУ зі спеціальності
«Маркетинг», гарант освітньо-наукової програми третього
(освітньо-наукового) рівня «Маркетинг» _____

Зозульов Олександр Вікторович, професор, професор кафедри промислового
маркетингу, кандидат економічних наук, гарант освітньо-професійної
програми другого (магістерського) рівня «Промисловий маркетинг» _____

Жигалкевич Жанна Михайлівна, професор, професор кафедри промислового
маркетингу, доктор економічних наук _____

Борисенко Олена Сергіївна, доцент, доцент кафедри промислового
маркетингу, кандидат економічних наук _____

Юдіна Наталія Володимирівна, доцент, доцент кафедри промислового
маркетингу, кандидат економічних наук _____

Царьова Тетяна Олександрівна, доцент, доцент кафедри промислового
маркетингу, кандидат економічних наук _____

Кофанов Олексій Євгенович, доцент, доцент кафедри промислового
маркетингу, кандидат економічних наук _____

ЗМІСТ

1.	Опис сертифікатної програми:	4
	1.1. Загальна інформація	4
	1.2. Мета СП	4
	1.3. Особливості участі слухачів в СП	5
	1.4. Компетентності та очікувані результати навчання	5
	1.5. Перелік освітніх компонентів з обсягом у кредитах ЄКТС	7
	1.6. Особливості викладання та оцінювання результатів навчання	7
	1.7. Ресурсне забезпечення реалізації програми	7
	1.8. Навчально-методичне забезпечення освітніх компонентів, які входять до складу СП за умови реалізації дистанційного режиму навчання	8
2.	Описи освітніх компонентів сертифікатної програми:	9
	Тренінг СММ	9
	Креативний маркетинг	10
	Штучний інтелект в маркетингу	11
	Електронна комерція	12

ОПИС СЕРТИФИКАТНОЙ ПРОГРАМЫ

1.1 Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та інституту/факультету	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», (факультет менеджменту та маркетингу, кафедра промислового маркетингу)
Ступінь вищої освіти	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський)
Предметна сфера (галузь знань, спеціальність)	Спеціальність 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Галузь знань 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Освітня програма Промисловий маркетинг
Офіційна назва сертифікатної програми	Цифровий маркетинг (Digital Marketing)
Тип сертифікату та обсяг сертифікатної програми	Сертифікат встановленого зразка КПІ ім. Ігоря Сікорського, 16 кредитів
Мова викладання	Українська
Термін дії сертифікатної програми	Безстроково
Інтернет-адреса постійного розміщення сертифікатної програми	https://marketing.kpi.ua/2024/02/01/education_bachelor/
1.2. Мета сертифікатної програми	
Метою сертифікатної програми «Цифровий маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня є поглиблення та посилення фахових компетентностей, що дозволяють випускникам розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в сфері маркетингової діяльності в цифровому просторі, зокрема, набуття знань щодо актуальних маркетингових інструментів роботи в цифровому середовищі, умінь та навичок користування інструментарієм цифрового маркетингу та розроблення маркетингових заходів із використанням надбань науково-технічного розвитку суспільства (на кшталт штучного інтелекту) яке характеризується цифровою трансформацією та віртуалізацією, та формування високої адаптивності здобувачів вищої освіти до умов трансформації ринку праці.	
1.3. Особливості участі слухачів у сертифікатній програмі	
Сертифікатна програма «Цифровий маркетинг» представляє собою спеціалізований комплекс пов'язаних між собою дисциплін (освітніх компонентів) встановленої тривалості, який	

передбачає професійно спрямовану підготовку слухачів (здобувачів кафедри промислового маркетингу КПП ім. Ігоря Сікорського) та зовнішніх слухачів.

Освітні компоненти сертифікатної програми складаються з вибіркових дисциплін першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Промисловий маркетинг» загальним обсягом 16 кредитів ЄКТС.

Запис слухачів на сертифікатну програму здійснюється на основі поданої заяви у встановлені кафедрою терміни запису. Вибір освітніх компонент сертифікатної програми здійснюється у встановлені Університетом терміни вибору вибіркових дисциплін, призначені для формування індивідуальної навчальної траєкторії здобувача. Запис зовнішніх слухачів на сертифікатну програму здійснюється кафедрою промислового маркетингу і охоплює весь обсяг сертифікатної програми через подання зовнішніми слухачами відповідної заяви, на підставі якої слухач записується до групи з проходження сертифікатної програми.

Зарахування слухачів здійснюється за розпорядженням декана факультету менеджменту та маркетингу.

Сертифікатна програма розрахована на здобувачів денної та заочної форми навчання. Формування групи денної форми навчання починається від 20-ти осіб. Формування групи заочної форми навчання - від 10-ти осіб. У випадку, якщо академічна група за обсягом складає меншу кількість від встановленого на СП порогу для формування навчальної групи для прослуховування дисципліни, але бажає вивчати сертифікатні дисципліни, за рішенням кафедри кількісний поріг для відкриття групи на СП може бути змінений.

Сертифікатна програма реалізується в межах освітньої програми «Промисловий маркетинг», за якою студент навчається, шляхом формування індивідуальної освітньої траєкторії.

Для підвищення рівня професійно-практичної підготовки за програмою, студенти, що навчаються за сертифікатною програмою «Цифровий маркетинг», повинні враховувати спеціалізацію сертифікатної програми при проходженні переддипломної практики, виконанні індивідуальних робіт та кваліфікаційної роботи бакалавра.

1.4. Компетентності та очікувані результати навчання

Сертифікатна програма передбачає поглиблення та розвиток компетентностей, пов'язаних з формуванням знань та навичок маркетингової діяльності в цифровому середовищі. Сертифікатна програма наповнена спеціально розробленими авторськими курсами, що характеризуються практичністю і актуальністю інформації та у сукупності дозволяють здобувачам вищої освіти сформувати комплексне уявлення щодо актуальних підходів, методів та інструментів цифрового маркетингу. Це дозволяє отримати додаткові знання та навички, розширити коло кар'єрних можливостей у сфері управління маркетинговою діяльністю у цифровому середовищі.

Компетентності	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності в контексті роботи у цифровому середовищі Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології та використовувати знання у практичних ситуаціях Здатність творчо вирішувати маркетингові задачі
----------------	--

	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації і прогнозування явищ і процесів у цифровому маркетинговому середовищі Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими, і особливостей їх реалізації в цифровому середовищі Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності в цифровому середовищі
Очікувані результати навчання	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси цифрового середовища на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі на промисловому та споріднених ринках в контексті діяльності у цифровому середовищі Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на промисловому та споріднених ринках, зокрема, у цифровому середовищі Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, у тому числі на промисловому та споріднених ринках в контексті цифрового середовища. Застосовувати креативні, інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
1.5. Перелік освітніх компонентів сертифікатної програми з обсягом у кредитах ЄКТС	

Компоненти сертифікатної програми	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Тренінг СММ	4	Залік
Креативний маркетинг	4	Залік
Штучний інтелект в маркетингу	4	Залік
Електронна комерція	4	Залік
Загальний обсяг кредитів сертифікатної програми	16 кредитів ЄКТС	

1.6. Особливості викладання та оцінювання результатів навчання

Викладання відбувається у формі лекційних та практичних занять.

Кожний освітній компонент сертифікатної програми має відповідне методичне забезпечення, обов'язковою частиною якого є рейтингова система оцінювання результатів навчання.

Види контролю результатів навчання: поточний, календарний, семестровий. Контроль проводиться згідно з [Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського](#). Оцінювання результатів навчання здійснюється за рейтинговими системами, визначеними у силабусах навчальних дисциплін. Рейтингові системи оцінювання складені згідно з вимогами [Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського](#)

1.7. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Викладачі, що забезпечують викладання освітніх компонентів сертифікатної програми, є фахівцями з маркетингу та цифрового маркетингу, мають низку публікацій, які доводять їх високий професійний та науковий рівень. Реалізація програми припускає можливість залучення до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців, викладачів інших ЗВО.
Матеріально-технічне забезпечення	При викладанні освітніх компонентів сертифікатної програми будуть задіяні аудиторії факультету, комп'ютерний клас та комп'ютерне обладнання кафедри промислового маркетингу.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	В межах програми викладаються авторські курси, які базуються на міжнародному та вітчизняному матеріалі, що мають практичне спрямування, відрізняються актуальністю та авторськими напрацюваннями, що дозволяє сформувати цілісне та глибоке сучасне бачення предмету вивчення, набути навичок та знань, необхідних для формування власної конкурентоспроможності на ринку праці. Дисципліни забезпечуються візуальними матеріалами, методичними рекомендаціями до виконання практичних завдань,

	електронними класами на платформі Сікорський, а також сучасними засобами комунікацій.
--	---

1.8. Навчально-методичне забезпечення освітніх компонентів, які входять до складу СП, за умови дистанційного режиму

Викладання освітніх компонентів сертифікатної програми за умови дистанційного режиму здійснюється із використанням інструментів дистанційного навчання: платформа дистанційного навчання «Сікорський» із можливістю організовувати навчальні аудиторії в середовищі Google Classroom або Moodle, використання інструментів для організації відеоконференцій Zoom або Google Meet, доступ до навчальних матеріалів безпосередньо в онлайн-аудиторіях, або через систему електронного архіву Університету ELAKPI, а також ведення поточних відомостей та виставлення результатів контрольних заходів (поточних і семестрових) через електронний Кампус, і спілкування із здобувачами електронною поштою, через чати в соціальних мережах або за допомогою телефонного та відеозв'язку.

2. ОПИС ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ СЕРТИФІКАТНОЇ ПРОГРАМИ

Дисципліна	Тренінг «СММ»
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 аудиторних години та 66 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Учасники мають вміти користуватися комп'ютером або смартфоном, знати, як створювати облікові записи в соціальних мережах і працювати з ними, бажати засвоїти сучасні інструменти соціальних мереж для професійного чи особистого розвитку
Що буде вивчатися	- СММ як частина маркетингу; - Платформи для просування; - Стратегія СММ; - Побудова стратегії для індивідуального просування; - Побудова стратегії для бізнесу. - Візуалізація: генерування ідей для контенту; - Інструменти планування контенту; - Копірайтинг: база копірайтингу для соцмереж; - Tone of voice в соцмережах; - Таргетована реклама; - Метрики в СММ.
Чому це цікаво/треба вивчати	Соцмережі – місце, де бізнес комунікує з аудиторією. Доносить свої цінності, просуває продукти, формує команду та підсилює імідж. Однак для ефективної роботи бізнесу в соцмережах недостатньо знати лише те, як просувати допис чи зробити класний візуал. Потрібно орієнтуватись у маркетингу. Курс СММ дає комплексні знання з маркетингу в соціальних мережах. Формуємо не точкові рішення, а цілісний підхід до роботи: працюємо над СММ процесами та СММ мисленням.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти навчаються створювати ефективні маркетингові стратегії для різних соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn тощо), аналізувати аудиторію та підбирати оптимальні канали комунікації. Написанню текстів для постів (копірайтинг); візуальному оформленню (робота з Canva, Photoshop); монтажу відео; створенню вірусного контенту та історій. Також студенти вчать аналізувати метрики СММ: охоплення, залученість, конверсії, ефективність реклами та поведінку аудиторії. Використовують аналітичні інструменти, такі як Facebook Business Suite, Google Analytics тощо. Отримують навички таргетованої реклами, створенню ефективних рекламних кампаній. Студенти знайомляться з інструментами автоматизації (чат-боти, відкладені публікації) і слідкують за актуальними трендами у сфері digital-маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання та вміння у сфері СММ можна застосовувати у різних сферах: від кар'єри у digital-маркетингу до розвитку власного бренду чи бізнесу.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Креативний маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з таких курсів: маркетинг, економіка, бізнес-комунікації, бажано мати уявлення про маркетингові комунікації
Що буде вивчатися	Підвищення ефективності діяльності підприємства можливе лише за умови застосування нестандартних підходів до бізнесової діяльності, у т.ч. її маркетингової частини. У свою чергу це потребує опанування і розвитку у керівників і маркетологів технологій креативного мислення, вивчення основних категорій креативності; ознайомлення з методиками інтеграції креативності, алгоритмами реалізації інноваційних підходів та набуття практичних навичок.
Чому це цікаво/треба вивчати	У сучасних умовах функціонування підприємства стандартні підходи до його управління вичерпали свої резерви. Креативний маркетинг розширює діапазон бачення проблем і проектування варіантів їх вирішення; дозволяє визначити нові перспективи розвитку; знайти резерви удосконалення системи маркетингових досліджень, сегментування, формування товарної пропозиції, цінової політики та каналів розповсюдження. Особливого значення у креативному маркетингу набуває пошук інноваційних підходів до комунікацій з контрагентами ринку та інструментів просування товарів і послуг підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	У межах навчальної дисципліни можна вивчити такі питання: - сутність креативності у бізнесі; - сучасні види креативного маркетингу; - соціальна психологія різних сегментів і креативний маркетинг; - використання нейромаркетингу у креативному маркетингу; - креатив у реалізації різних концепцій маркетингу; - креативність і амбієнт маркетинг; - нові можливості креативності у діджитал маркетингу; - івент-маркетинг на основі креативного маркетингу; - креативний маркетинг як основа підвищення конкурентоспроможності компанії.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент зможе використовувати отримані знання для розвитку творчого підходу до втілення тієї концепції маркетингу, яка найкраще відповідає актуальній ситуації на ринку. На основі отриманих знань під час опанування курсів, що передували вивченню креативного маркетингу, студент навчиться більш глибоко розуміти їх різні теоретичні аспекти і знайде нові можливості їх креативного розвитку і ефективного застосування на практиці.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Штучний інтелект в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Бажані знання з маркетингу
Що буде вивчатися	Дисципліна охоплює теоретичні та практичні аспекти використання технологій штучного інтелекту (ШІ) в маркетинговій діяльності. Вивчатимуться основи ШІ та машинного навчання, персоналізація маркетингових кампаній, аналіз даних, чат-боти та голосові асистенти, створення контенту за допомогою інструментів ШІ, а також етичні аспекти використання штучного інтелекту в маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Штучний інтелект суттєво змінює маркетингову сферу, дозволяючи підвищити ефективність комунікацій, персоналізувати взаємодію з клієнтами та автоматизувати рутинні процеси. Розуміння ШІ-технологій допоможе здобувачам адаптуватися до цифрової трансформації ринку та ефективно використовувати інноваційні інструменти у професійній діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти здобудуть сучасні знання про ШІ-технології, навчатимуться використовувати ШІ-платформи для професійної діяльності. Здобувачі отримають навички роботи з чат-ботами, голосовими помічниками. Вони отримають навички щодо генерації персоналізованого креативного контенту та аналізу даних із використанням ШІ-інструментів.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам працювати в сфері цифрового маркетингу, аналітики, застосовувати ШІ для автоматизації маркетингових процесів, підвищувати ефективність реклами, створювати персоналізований контент та покращувати клієнтський досвід. Вони зможуть працювати як у компаніях, що використовують ШІ у маркетингу, так і впроваджувати ШІ у власні бізнес-проекти.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), матеріали лекційних і практичних занять надаються здобувачам під час вивчення дисципліни у дистанційному курсі.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Електронна комерція
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом маркетингу, промислового маркетингу, бажано також знання з економіки.
Що буде вивчатися	Під час вивчення курсу здобувачі отримують уявлення щодо цілісної системи знань про електронну комерцію через вивчення термінологічного апарату, розкриття усіх наведених понять і внутрішньої логіки явища, а також надання уявлення про організаційно-технологічну модель електронної комерції. Призначення дисципліни: здобуття студентами практичних навичок з проведення ділових операцій електронними засобами глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.
Чому це цікаво/треба вивчати	Розвиток фахових компетенцій є надзвичайно важливим в умовах все більш виражених інтеграційних процесів, які посилюють конкуренцію на промисловому ринку не лише серед товарів, а й серед їх виробників і продавців. До найбільш платоспроможних та перспективних ринків належить ринок Електронної комерції. Звідси випливає, що знати особливості ринку Електронної комерції, а також стандарти, на основі яких забезпечується найкращий результат, є актуальним завданням.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дасть здобувачеві: - збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; - використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, у тому числі на промисловому та споріднених ринках; - застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання забезпечуватимуть здобувачам можливість самостійно визначати та формувати ринкові стратегії на електронних ринках, узагальнювати та формувати систему управління ними та розробляти власні аналітичні та практичні рішення для підприємств. Володіння методами економічного і стратегічного аналізу поведінки економічних агентів і ринків в глобальному середовищі дає можливість залучати нових клієнтів і утримувати існуючих, вибудовуючи з ними довгострокові відносини і збільшуючи їх лояльність.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік