

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного менеджменту
_____ Анатолій ОСТАПЧУК
_____ “ _____ ” _____ 2024 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри маркетингу
та міжнародної торгівлі
Протокол №__ від “__” _____ 2024 р.
Завідувач кафедри
_____ Валерій БОНДАРЕНКО

”РОЗГЛЯНУТО ”

Гарант ОП «Маркетинг»
_____ Віолета ГЕРАЙМОВИЧ

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ОСНОВИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня програма «Маркетинг»

Факультет аграрного менеджменту

Розробники: Алла РЯБЧИК, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кандидат економічних наук, доцент

Київ – 2024 р.

Опис навчальної дисципліни Основи цифрового маркетингу
(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	бакалавр	
Спеціальність	075 Маркетинг	
Освітня програма	Маркетинг	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Денна форма здобуття вищої освіти	Заочна форма здобуття вищої освіти
Курс (рік підготовки)	2	2
Семестр	3	3
Лекційні заняття	30 год.	2 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	6 год.
Лабораторні заняття	0 год.	0 год.
Самостійна робота	60 год.	112 год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	4 год.	

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета: формування сукупності теоретичних знань в області теорії і практики цифрового маркетингу; отримання необхідних практичних умінь і навичок роботи з цифровими інструментами, каналами, вебресурсами, сервісами, технологіями, що забезпечують роботу в цифровому середовищі.

Завдання: опанування знань з основ цифрового маркетингу, необхідних для роботи в сучасному цифровому просторі; розуміння методів, принципів, прийомів і технологій цифрового маркетингу для здійснення маркетингової діяльності; оволодіння навиками застосування цифрових інструментів і використання цифрових каналів для ефективного функціонування в бізнес-середовищі.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК 15. Здатність до теоретичного узагальнення та практичного використання маркетингових інструментів з метою вирішення бізнес-задач та для підвищення ефективності функціонування суб'єктів підприємницької діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 19. Демонструвати навички розробки маркетингової політики підприємства, застосовувати сучасні методи, концепції та інструменти маркетингової товарної політики, ціноутворення, збуту, комунікацій,

дослідження поведінки споживачів, формування цільової аудиторії з метою визначення перспектив розвитку суб'єктів ринку.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми здобуття вищої освіти;
- скороченого терміну денної (заочної) форми здобуття вищої освіти.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	тижні	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Змістовий модуль 1. <i>Загальні аспекти цифрового маркетингу</i>													
Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу	1-2	15	4	4	-	-	7	15	2	2			11
Тема 2. Типи сайтів, їх створення та юзабіліті	3-4	15	4	4	-	-	7	15		2			13
Тема 3. Початок роботи в SEO	5-6	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 4. Контент та контент-маркетинг	7-8	15	4	4	-	-	7	15					15
Разом за змістовим модулем 1	60		16	16	-	-	28	60	2	4			54
Змістовий модуль 2. <i>Інструменти та технології цифрового маркетингу</i>													
Тема 2. Реклама в мережі Інтернет	9-10	15	4	4	-	-	7	15		2			13
Тема 2. Маркетингова діяльність у соціальних мережах	11-12	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 3. Email-маркетинг та мультимедіальність	13-14	15	4	4	-	-	7	15					15
Тема 4. Основи Web-аналітика	15	15	2	2	-	-	11	15					15
Разом за змістовим модулем 2	60		14	14	-	-	32	60		2			58
Усього годин	120		30	30	-	-	60	120	2	6			112

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до цифрового маркетингу	4/2
2	Типи сайтів, їх створення та юзабіліті	4/2
3	Початок роботи в SEO	4
4	Контент та контент-маркетинг	4
5	Реклама в мережі Інтернет	4
6	Маркетингова діяльність у соціальних мережах	4/2

7	Email-маркетинг та мультиканальність	4
8	Основи web-аналітики	2

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до цифрового маркетингу	7/11
2	Типи сайтів, їх створення та юзабіліті	7/13
3	Початок роботи в SEO	7/15
4	Контент та контент-маркетинг	7/15
5	Реклама в мережі Інтернет	7/13
6	Маркетингова діяльність у соціальних мережах	7/15
7	Email-маркетинг та мультиканальність	7/15
8	Основи web-аналітики	11/15

5. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- захист практичних робіт.

6. Методи навчання:

- словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (лабораторні, практичні заняття);
- наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- самостійна робота (виконання завдань).

7. Методи оцінювання.

- екзамен;
- усне або письмове опитування;
- модульне тестування;
- командні проекти;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах.

8. **Розподіл балів**, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

9. Навчально-методичне забезпечення

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4093>);
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Бойчук І., Музика О. Інтернет у маркетингу. Вид-во: Центр навчальної літератури. 2019. 512 с.
2. Джеф Петтон, Пітер Ікономі. Мапа історій користувача: Відкрий правдиву історію, створи саме той продукт. Вид-во: ArtHuss, 2020. 276 с.
3. Дональд Норман. Дизайн звичних речей. Вид-во: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2023. 320 с.
4. Ерік Шмідт, Джонатан Розенберг. Як працює Google. Видавництво: КМ-Букс. 2016. 304 с.
5. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг: навч. посіб. За ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
6. Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.
7. Котлер Філіп. Основи маркетингу. Класичне видання. Видавництво: Науковий світ. 2023. 622 с.
8. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг. К.: Центр навчальної літератури. 2017. 184 с.
9. Маркетинг: Підручник. За ред.. проф.. Буряка Р.І., Збарського В.К. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2019. 783 с.
10. Меттс М., Велфл Е. Письмо – це дизайн: Як слова створюють досвід користування (UX). Пер. з англ. О. Петік, О. Журавльова. К.: ArtHuss, 2021. 192 с.

11. Нір Еяль, Раян Гувер. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє. Вид-во: Наш формат, 2022. 192 с.
12. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
13. Стів Круг. Веб-дизайн: не змушуйте мене думати. Вид-во: ArtHuss, 2024. 198 с.
14. Багатоканальний маркетинг: шляхи залучення покупців. *Веб-сайт*. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/bagatokanalnij-marketing-shlyahi-zaluchennya-pokupciv/>
15. Довідка Google Ads: Про медійні оголошення й Медійну мережу Google. URL: https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?visit_id=638211994273431755-1999273215&rd=1&hl=uk&sjid=3438662642008751953-EU
16. Контент маркетинг: чому контент важливий. *Веб-сайт*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing>
17. Котов В. 7 найкращих та найефективніших стратегій цифрового маркетингу. *Веб-сайт*. URL: <https://wedex.com.ua/blog/7-najkrashhih-i-efektivnih-strategij-tsifrovogo-marketingu-na-2022-rik/>
18. Топ-10 ШІ, які полегшать створення контенту. *Веб-сайт*. URL: <https://digitalart.ua/top-10-shi-yaki-polegshat-stvorenniya-kontentu/>
19. Українська асоціація маркетингу. URL: [http:// www.uam.in.ua](http://www.uam.in.ua)
20. Хейна М. Цифрова реклама: види, переваги та приклади (посібник для початківців). *Веб-сайт*. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/tsyfrova-reklama/>
21. Цифровий маркетинг. URL: <https://dalistrategies.com/ua/tsyfrovyy-marketynh-tse-marketynh/>
22. Що таке цифровий маркетинг? *Веб-сайт*. URL: https://fnx.com.ua/ua/articles/web_news/13