SLC. MS.040. LSO9001. 1693

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN UNIVERSITY

EUROPEAN SCHOOL OF BUSINESS

Digital-маркетинг

ОП «Маркетинг»

2024-2025

SYLLABUS

Назва курсу та освітньої програми	Digital-маркетинг ОП «Маркетинг»
Опис курсу	В умовах розвитку цифрової трансформації бізнесу, оволодіння основними технологіями і інструментами діджитал-маркетингу є однією з ключових компетенцій сучасного фахівця з маркетингу. Навчальна дисципліна «Digital -маркетинг» є нормативною, передбачає формування знань щодо базових категорій діджитал-маркетингу, теоретичних знань та практичних навиків з питань ефективного маркетингу в мережі Інтернет для забезпечення підвищення діяльності суб`єктів господарювання в мережі Інтернет.
Передумови вивчення	Навчальна дисципліна «Digital -маркетинг» базується на знаннях таких дисциплін: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Інформаційні системи та технології».
Обсяг кредитів/годин	3 кредити ЄКТС / 90 академічних годин
Формат навчання	Змішане навчання
Розташування класної кімнати	https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=750
ПІБ викладача	**Панченко Ольга Вікторівна,** доктор філософії, доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
Кафедра	кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування:
Місцезнаходження офісу	м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511
Консультування	Щовівторка з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту
E-mail викладача	olhapanchenko@ieu.edu.ua
Цілі курсу	**Метою** викладання навчальної дисципліни «Діджитал-маркетинг» є розуміння основних засад та принципів, сформувати теоретичні знання з методологічних аспектів організації

	діджитал-маркетингу, а також практичне застосування набутих умінь та навичок для підвищення ефективності діяльності суб`єктів господарювання в мережі Інтернет.
Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. 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.
Результати навчання	Після опанування дисципліни студент повинен **знати:** – сутність, зміст та завдання діджитал-маркетингу; – маркетингові цифрові стратегії, моделі бізнесу, комунікаційні моделі, тощо, в умовах цифрового середовища; – ознаки та принципи сегментування Internet-ринку, алгоритм вибору цільових ринків, шляхи позиціонування товару на Internet-ринку; – сучасні технічні засоби та інформаційні технології цифрового маркетингу, які використовуються при вирішенні комунікативних завдань; – особливості створення цифрової цінності. Формування стратегічного підходу до роботи з цільовою аудиторією. **уміти:** – розробляти маркетингові стратегії підприємства та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації та позиціонування у мережі Інтернет; – застосовувати на практиці навики управління потоками клієнтів з урахуванням особливостей управління клієнтським досвідом (customer experience) на цифрових ринках; – використовувати сучасні технічні засоби та інформаційні технології діджитал-маркетингу, які використовуються при вирішенні комунікативних завдань; – працювати з пошуковими системами, рекламними мережами; – використовувати веб-сайт як інструмент діджитал-маркетингу; – досліджувати конкурентів у мережі Інтернет;

	– планувати рекламні кампанії у мережі Інтернет; – аналізувати сучасні тенденції щодо розвитку діджитал-маркетингу.
Зміст курсу	**Тема 1.** Формування теорії діджитал-маркетингу **Тема 2.** Правові аспекти діджитал-маркетингу **Тема 3**. Цифрова трансформація технологій маркетингу **Тема 4.** Управління поведінкою споживачів у цифровому середовищі **Тема 5.** Маркетингові дослідження у мережі Інтернет **Тема 6**. Веб-сайт як ефективний інструмент діджитал-маркетингу **Тема 7.** Маркетинг в соціальних мережах **Тема 8**. Контент-маркетинг **Тема 9.** Контекстна реклама (PPC) **Тема 10**. Медійна реклама **Тема 11**. Месенджер-маркетинг **Тема 12**. E-mail маркетинг **Тема 13.** Стратегія та вимірювання цифрового бренду **Тема 14.** Автоматизація маркетингу
Книги та матеріали	1.Макдавелл А. Клієнтська аналітика: як зрозуміти покупців, підвищити їхню лояльність і збільшити доходи компанії / Артур Макдавелл. – Київ: Видавництво Vivat, 2021. – 240 с. 2. Роулз Деніел. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань/ пер. з англ. К. Деревянко. Х.: Фабула. 2020. 256 с. 3. Digital Marketing Strategies for Value Co-Creation: Models and Approaches for Online Brand Communities / Edited by multiple authors. – London : Routledge, 2021. — 420 p. 4. Панченко О.В. Маркетингові технології в умовах цифровізації бізнесу. *Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу:* зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (10 жовтня 2023 року, м. Київ). Київ: МАУП, 2023 р. С. 204-205 5. Kartajaya H., Setiawan I., Kotler P. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. - Wiley, 2024. - 256 p.
Технічні вимоги для роботи на курсі	Для роботи на курсі «Digital-маркетинг», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. Для успішного вивчення та складання іспиту з навчального курсу, вам необхідно спочатку ознайомитись із дистанційною платформою (Moodle або Classroom) та вивчити всі папки, на яких вже є або поетапно розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його. Можливість використовувати дистанційні платформи можливо тільки з використанням корпоративної пошти.

<table>
<tr><td></td><td>При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити деканат або старосту або ж безпосередньо викладача курсу.</td></tr>
<tr><td>Процес навчання</td><td>Процес вивчення курсу «Digital-маркетинг» містить і собі лекції та практичні заняття.
Під час лекцій будуть використовуватись такі методи навчання, як лекція, лекція-бесіда, дискусія, обговорення проблемних питань, демонстрація, аналіз різних ситуацій відповідно до теми лекцій.
Під час практичних занять будуть використовуватись такі методи навчання, як опитування, тестування, виконання індивідуальних та командних завдань, кейсів, підготовка доповідей та презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, вирішених конкретних задач та ситуацій, мозковий штурм (мозкова атака, брейнстормінг).</td></tr>
<tr><td>Ознаки дисципліни</td><td>
<table>
<tr><th>Термін викладання</th><th>Семестр</th><th>Міжнародна дисциплінарна інтеграція</th><th>Курс рік (навчання)</th><th>Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору</th></tr>
<tr><td>1 семестр</td><td>8 семестр</td><td>так</td><td>4 курс</td><td>Цикл професійної підготовки</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Політика оцінювання</td><td>У вас будуть різні способи продемонструвати свої знання і навички протягом семестру. Це включає в себе те, як відвідуєте заняття, як і що ви вносите в обговорення в класі, як виконуєте і чи вчасно виконуєте практичні завдання та тести, як виконуєте завдання з самостійної роботи, вміння презентувати свою доповідь. Додатково надається можливість виконання ІНДЗ, яке виконується індивідуально або невеликою групою у вигляді студентської наукової роботи.
<table>
<tr><th>Діяльність протягом семестру</th><th>Максимальна кількість балів протягом семестру</th></tr>
<tr><td>Поточна робота (відвідування, усне опитування, вирішення розрахункових задач та завдань, ситуаційних вправ)</td><td>15</td></tr>
<tr><td>Доповіді з презентацією (3 шт.)</td><td>10</td></tr>
<tr><td>Тести (4 шт.)</td><td>10</td></tr>
<tr><td>Модульна контрольна робота (2 шт.)</td><td>15</td></tr>
<tr><td>ІНДЗ (допуск до іспиту)</td><td>10</td></tr>
<tr><td>Разом</td><td>60</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

Шкала оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується іспитом, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за іспит (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі іспиту проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ЄКТС заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

QR Code:

Як дізнатись свою оцінку	Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційних платформ навчання Moodle. Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 511).
Політика курсу	Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, робота в групах, семінарів-дискусій. На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни. Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів. Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняття, не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти. Студент, який з ***поважних причин***, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у **двотижневий термін** після повернення до навчання. Студент, що був відсутній на заняттях ***без поважних причин***, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання іспиту в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений». Повторне складання іспиту з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженим директоратом графіком ліквідації. **QR Code:**

	 Всі учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності. **QR Code:**
Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання	Завдання мають бути надіслані через Moodle до термінів завершення, зазначених у розкладі курсу на нашому сайті. Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях. Якщо вам потрібно більше часу для виконання завдання, доступні гнучкі терміни. Виконані завдання приймаються до повного заліку до останнього заняття з дисципліни за розкладом, після чого 40% частковий кредит на основі отриманої оцінки буде нараховано протягом тижня після останнього дня занять. Завдання, які взагалі не здавалися, отримають 0. Якщо ви плануєте пропустити заняття більше ніж на один тиждень через хворобу або з інших причин, будь ласка, зв'яжіться з викладачем, щоб домовитися про альтернативні варіанти виконання завдань. Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу. **QR Code:**

<table>
<tr><td>Час відповіді викладача</td><td>Через корпоративну пошту, впродовж 24 годин.</td></tr>
<tr><td>Ефективна комунікація</td><td>Ефективна комунікація – це вулиця з двостороннім рухом!!!
Тому основні рекомендації до ефективної комунікації – це корпоративна електронна пошта на пряму із викладачем курсу; це особиста комунікація із одногрупниками через соціальні мережі/корпоративні пошти/мобільні телефони; це комунікація безпосередньо на курсі дистанційних платформ Moodle; це очна зустріч із викладачем у дні консультацій.</td></tr>
<tr><td>Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу</td><td>Студенти не можуть розміщувати, публікувати, продавати або іншим чином публічно поширювати матеріали курсу без письмового дозволу викладача.
Такі матеріали включають, але не обмежуються: конспекти лекцій, слайди лекцій, відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, іспити, роботи інших студентів і ключі відповідей.
Студенти, які продають, розміщують, публікують або розповсюджують матеріали курсу без письмового дозволу з метою отримання відповідей чи іншим чином, можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, аж до вимоги відмовитися від навчання. Крім того, студенти не можуть робити відео- чи аудіозаписи занять для власного використання без письмового дозволу викладача.</td></tr>
<tr><td>Очікуване навантаження та залученість студентів</td><td>На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень).
Якщо виникнуть обставини, що змушують вас витратити більше часу на якесь з завдань, проінформуйте викладача електронною поштою.
Продовження терміну здачі можливо лише за умови, що викладач попередньо проінформований про те, що ви не зможете здати завдання вчасно. Очікується, що студенти мають резервний план на випадок несправності комп’ютера або перебоїв у роботі Інтернету.</td></tr>
<tr><td>Служби підтримки</td><td>Електронний розклад
Бібліотека
Куратор
Репозиторій
Деканат</td></tr>
<tr><td>Розклад курсу</td><td>
<table>
<tr><th>Назва теми лекції</th><th>Практичні заняття</th></tr>
<tr><td>Тема 1. Формування теорії діджитал-маркетингу</td><td>1. Усне опитування
2. Практичні завдання</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

	Тема 2. Правові аспекти діджитал-маркетингу	3. *Домашні завдання* 4. *Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* 5. *Написання доповіді* 6. *Тести*	
	Тема 3. Цифрова трансформація технологій маркетингу	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *5. Тести*	
	Тема 4. Управління поведінкою споживачів у цифровому середовищі	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *5. Тести*	
	Тема 5. Маркетингові дослідження у мережі Інтернет	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* 5. *Тести*	
	Тема 6. Веб-сайт як ефективний інструмент діджитал-маркетингу	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* 5. *Контрольна робота*	
	Тема 7. Маркетинг в соціальних мережах	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *5. Презентація доповідей*	
	Тема 8. Контент-маркетинг	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *5. Тести*	
	Тема 9. Контекстна реклама (PPC)	*1. Усне опитування* *2. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань* *3. Домашні завдання* *4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *5. Тести*	

	Тема 10. Медійна реклама Тема 11. Месенджер-маркетинг Тема 12. E-mail маркетинг Тема 13. Стратегія та вимірювання цифрового бренду Тема 14. Автоматизація маркетингу	*1. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань* *2. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення* *3. Контрольна робота* *4. Захист індивідуальних завдань*
Поради з успішного навчання на курсі	Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути: - наполегливим, уважним і допитливим; - креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій; - готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час. **До зустрічі!**	