

## Назва курсу

«Digital-маркетинг»

## Інформація про курс

### Рівень вищої освіти:

ОП «Маркетинг» (перший (бакалаврський) рівень освіти)

### Спеціальність:

D5 Маркетинг

### Назва освітньої програми:

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 діджиталмаркетингу, теоретичних знань та практичних навиків з питань ефективного маркетингу в мережі Інтернет для забезпечення підвищення діяльності суб`єктів господарювання в мережі Інтернет.

**Передумови вивчення (попередні вимоги):**

OK6 Цифрові технології навчання та професійної діяльності  
OK22 Маркетинг  
OK23 Електронна комерція  
OK28 Цифрові технології та інструменти в маркетингу  
OK29 Маркетинг в соціальних мережах (SMM)

**Обсяг кредитів/годин:**

3 кредити ЄКТС/ 90 год., у т. ч. лекцій –16, лабораторних робіт – практичних–16, самостійної роботи – 58

**Ознаки дисципліни**

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	8 семестр	так	4 курс	Цикл професійної підготовки

**Формат навчання:**

Змішане навчання

**Розташування класної кімнати:**

<https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=750>

## Інформація про викладача

**Прізвище та ім'я викладача:**

**Панченко Ольга Вікторівна**, доктор філософії, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Кафедра**

Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Місцезнаходження офісу:**

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511

**Графік роботи та консультування:**

Щовівторка з 14:00 до 15:00 з попереднім записом через корпоративну пошту

Електронна пошта викладача:

[olhapanchenko@ieu.edu.ua](mailto:olhapanchenko@ieu.edu.ua)

## Цілі курсу / Результати навчання

### Цілі курсу

Ціллю викладання навчальної дисципліни «Digital-маркетинг» є розуміння основних засад та принципів, сформувати теоретичні знання з методологічних аспектів організації Digital-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

**Інтегральна компетентність** - здатність розв'язувати 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.

Дисципліна «**Digital-маркетинг**» забезпечує формування таких **спеціальних (фахових) компетентностей (СК)**:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- СК15. Здатність інтегрувати цифрові технології в автоматизацію маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій і підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями

Вивчення курсу сприяє досягненню таких **програмних результатів навчання (ПРН)**:

- ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової 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.
- ПРН 19. Застосовувати цифрові технології, у т.ч. технології штучного інтелекту, для автоматизації маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій та підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями.

## 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;

**вміти**:

- розробляти маркетингові стратегії підприємства та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації та позиціонування у мережі Інтернет;
- застосовувати на практиці навички 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;

## Зміст курсу

### **Розділ 1. Теорія, технології та поведінкові аспекти цифрового маркетингу**

Тема 1.1 Формування теорії Digital-маркетингу

Тема 1.2 Правові аспекти Digital-маркетингу

Тема 1.3 Цифрова трансформація технологій маркетингу

Тема 1.4 Управління поведінкою споживачів у цифровому середовищі

### **Розділ 2. Інструменти та технології цифрового маркетингу**

Тема 2.1 Маркетингові дослідження у мережі Інтернет

Тема 2.2 Веб-сайт як ефективний інструмент Digital-маркетинг

Тема 2.3 Маркетинг в соціальних мережах

Тема 2.4 Контент-маркетинг



Розподіл

годин

## Матеріали курсу та вимоги

### 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



Рекомендовані джерела

### Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «**Digital-маркетинг**», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. У системі управління навчальним процесом на платформі Moodle поетапно будуть розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати корпоративні ресурси Університету надається тільки для акаунтів, пов'язаних з корпоративною поштою.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити старосту або безпосередньо викладача курсу.

## Процес навчання

У процесі вивчення дисципліни використовуються інтерактивні, практикоорієнтовані та проблемно-орієнтовані методи навчання, зокрема:

- **лекційні методи:** проблемна лекція, лекція-бесіда, мультимедійна презентація;
- **методи практичної підготовки:** опитування, тестування, виконання індивідуальних і групових завдань, розв'язання практичних задач;
- **активні методи:** дискусії, мозковий штурм, робота в малих групах, рольові й ділові ігри, групові тренінги;
- **методи самостійної роботи:** опрацювання наукової літератури, підготовка рефератів, презентацій.

### Організація освітнього процесу

- Навчання здійснюється у змішаному форматі (аудиторні заняття та онлайн-робота на платформі Moodle).
- Самостійна робота передбачає: підготовку до занять, виконання практичних завдань, аналіз кейсів, написання есе та звітів, підготовку презентацій.
- Для формування практичних навичок використовується діагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики), кейси з клінічної практики та навчальні тренажери.
- Контактна робота із викладачем: лекції, практичні заняття, консультації.
- Зворотний зв'язок забезпечується через коментарі в Moodle, консультації в аудиторії та онлайн, використання корпоративної пошти.

## Політики оцінювання

### Сумативне оцінювання

Оцінювання результатів навчання здійснюється за такими складовими:

- **Поточний контроль** – участь у дискусіях, виконання практичних завдань, презентацій, тестів, активність у груповій роботі.
- **Самостійна робота** – виконання індивідуальних завдань (есе, аналіз кейсів, підготовка рефератів і презентацій).



Рубрики оцінювання

- **Підсумковий контроль** – іспит у формі письмових та усних завдань (тестові питання, розв'язання практичного кейсу).

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна навчальна діяльність	40
Самостійна робота	20
Підсумковий контроль	40
<b>Разом</b>	<b>100</b>

## Шкала оцінювання

Оцінка за дисципліну визначається як сума набраних балів за поточну діяльність у семестрі та балу за підсумковий контроль. Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту. Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для отримання іспиту – 36 балів.



Про політику та процедури оцінювання

Максимальний бал з дисципліни становить 100.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою (ЄКТС).

### 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

### Як дізнатись свою оцінку:

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційної платформи 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).

## Політики курсу

### Загальні настанови

Під час занять і перебування в університеті **здобувачі зобов'язані** дотримуватись норм академічної етики: проявляти повагу до викладачів, співробітників і колег, відвідувати заняття відповідно до розкладу, приходити вчасно та не залишати аудиторію без дозволу викладача. Виконання академічних завдань і робіт у встановлені терміни є обов'язковим. Викладач, зі свого боку, має постійно вдосконалювати професійну компетентність, педагогічну майстерність і загальну культуру, забезпечувати умови для якісного засвоєння освітньої програми, сприяти професійному розвитку здобувачів. Викладач зобов'язаний бути пунктуальним, дотримуватись принципів академічної доброчесності, не допускати проявів корупції, дискримінації, булінгу чи утиску прав здобувачів освіти.



Кодекс етики та академічної доброчесності

### Відвідування занять та участь в них

Відвідування всіх лекційних і практичних занять є **обов'язковим**. Студент зобов'язаний приходити на заняття вчасно, бути присутнім протягом усього заняття та дотримуватися академічної дисципліни.

Пропуски занять допускаються лише з **поважних причин**, підтверджених документально (лікарняний лист, офіційне звернення тощо). У такому випадку студент має право на відпрацювання пропущеного матеріалу у двотижневий термін після повернення до навчання.

**Невідвідування занять без поважних причин** або систематичні запізнення можуть бути підставою для недопуску до підсумкового контролю з дисципліни.

Участь у семінарах, дискусіях, практичних вправах та виконання завдань під час занять є складовою поточного контролю і враховується в загальній оцінці з дисципліни. За індивідуальних обставин можуть бути застосовані процедури **гнучкості** (адаптації термінів виконання завдань) та **спеціального розгляду** (винятковий порядок врахування результатів навчальної діяльності) відповідно до політики й процедур оцінювання МСУ.



Про політику та процедури оцінювання

## Академічна доброчесність

Здобувачі та викладачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності. Забороняються будь-які прояви плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, використання сторонньої допомоги під час виконання завдань чи складання підсумкового контролю. Порушення академічної доброчесності розглядаються відповідно до внутрішніх положень МСУ та можуть мати наслідком дисциплінарну відповідальність.



Простір академічної  
доброчесності

## Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

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.

Всі види індивідуальних та самостійних робіт є складовою оцінювання і повинні бути здані до визначених викладачем строків, аби забезпечити прозорість та об'єктивність оцінювання результатів навчання. Завдання, подані із запізненням, приймаються, але можуть оцінюватися з пониженням балів.

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.

Завдання, не виконані до завершення семестру без поважних причин, вважаються **академічною заборгованістю**, і студент може бути недопущений до підсумкового контролю.

Повторне складання іспиту можливе лише після виконання всіх передбачених видів навчальної та самостійної роботи й проводиться згідно з графіком ліквідації академічної заборгованості.

Якщо студент пропустив терміни через **поважні обставини**, підтвержені документально, він має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання. Студент має право на **перегляд отриманої оцінки**: він може звернутися до викладача за роз'ясненнями й коментарями щодо виставлених балів. У разі незгоди з результатом студент може подати **апеляцію** відповідно до порядку, визначеного Положенням про політику і процедури оцінювання МСУ.



Про політику та  
процедури оцінювання

### Час відповіді викладача (про перевірку завдань)

Викладач відповідає на звернення студентів, що надійшли через офіційні корпоративні канали комунікації упродовж **24 годин у робочі дні у години робочого часу викладача** (з 9 00 до 18 00 за київським часом) та проводить консультації відповідно до затвердженого графіка.

Оцінки за завдання та поточну роботу публікуються в електронному журналі на платформі Moodle, як правило, протягом **10 робочих днів** після подання виконаного завдання.

Результати підсумкового оцінювання оголошуються безпосередньо після перевірки робіт (як правило, на наступний день з дати проведення контролю).

Кожен студент має право отримати **індивідуальний коментар** до своєї роботи з поясненням сильних і слабких сторін виконання.

Інформація про підсумкову оцінку (за семестр/іспиту) доводиться до відома студентів офіційно – через особистий кабінет у Moodle та/або навчальну картку.

### Ефективна комунікація

Для ефективної комунікації слід застосовувати офіційні канали – корпоративну електронну пошту (@ie.u.edu.ua), систему повідомлень освітньої платформи Moodle Міжнародного європейського університету (dist.ie.u.edu.ua).

### Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Матеріали курсу (лекції, слайди (презентації) відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, тести та ін.) є інтелектуальною власністю викладача і університету. Забороняється будь-яке публічне поширення матеріалів курсу без письмового дозволу, а також відеозапис занять без письмового погодження. За порушення політики публікації та розповсюдження матеріалів студенти можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, у т. ч. відрахування з університету.

### Академічна мобільність та визнання результатів попереднього навчання

Студенти мають право брати участь у програмах **національної та міжнародної академічної мобільності** відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність МСУ. Мобільність може здійснюватися на основі двосторонніх угод із закладами-партнерами, програм Erasmus+, міжуніверситетських меморандумів чи індивідуальних угод. Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти під час мобільності, підлягають **обов'язковому визнанню** в МСУ на підставі академічних довідок (Transcript of Records) та в межах індивідуальної освітньої траєкторії здобувача.

Університет визнає результати **попереднього формального навчання** (отримані в інших ЗВО України та за кордоном), а також може визнавати результати **неформального та інформального навчання** (курси підвищення кваліфікації, сертифікаційні програми, професійний досвід), якщо вони підтверджують набуття компетентностей, визначених освітньою програмою.

Процедури визнання результатів попереднього навчання проводяться з дотриманням принципів Лісабонської конвенції, презумпції визнання та прозорості. У разі необхідності університет може вимагати додаткові документи чи організувати співбесіду/оцінювання для підтвердження результатів. Усі рішення щодо мобільності та визнання результатів попереднього навчання оформлюються наказом ректора і фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача.



Про визнання результатів  
попереднього навчання

## Очікуване навантаження та залученість студентів

### Служби підтримки

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). Очікується, що здобувачі мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету. Студент має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.



Про політику та  
процедури оцінювання

## Розклад курсу

№	Тема	Практичні завдання (методики з посібника)	Самостійна робота
1	Тема 1.1 Формування теорії Digital-маркетингу	аналіз прикладів успішних цифрових стратегій компаній; створення схеми еволюції Digital-маркетингу.	опрацювання наукових джерел з історії розвитку цифрових технологій у маркетингу; підготовка короткого есе про роль цифровізації у сучасному бізнесі.
2	Тема 1.2 Правові аспекти Digital-маркетингу	розбір кейсів порушення законодавства про рекламу, персональні дані, авторське право.	опрацювання чинних нормативних актів України та ЄС; складання таблиці з основними правовими вимогами до цифрової реклами.
3	Тема 1.3 Цифрова трансформація технологій маркетингу	аналіз впровадження digital-інструментів у традиційні маркетингові процеси; моделювання цифрової стратегії компанії.	дослідження прикладів digital-трансформації у різних галузях; підготовка доповіді про зміни в поведінці споживачів під впливом технологій.
4	Тема 1.4 Управління поведінкою споживачів у цифровому	аналіз поведінки споживачів у соціальних мережах; побудова «карти клієнтського шляху»	вивчення інструментів аналітики поведінки користувачів (Google Analytics, Meta Insights); створення короткого звіту за реальними даними.
5	Тема 2.1 Маркетингові дослідження у мережі Інтернет	створення анкети для онлайн-опитування; аналіз результатів за допомогою Google Forms або SurveyMonkey.	огляд сучасних платформ для досліджень онлайн; підготовка звіту про цифрові тренди споживання.
6	Тема 2.2 Веб-сайт як ефективний інструмент Digital-маркетинг	розробка структури та контенту лендингу або корпоративного сайту; оцінка SEO-показників.	аналіз прикладів успішних сайтів; підготовка порівняльної характеристики UX/UI-дизайну.
7	Тема 2.3 Маркетинг в соціальних мережах	створення контент-плану для SMM-кампанії; аналіз статистики сторінок брендів.	дослідження алгоритмів просування у Facebook, Instagram, TikTok; підготовка есе про етичні аспекти SMM.
8	Тема 2.4 Контент-маркетинг	розробка контент-стратегії для бренду; створення зразків постів, статей або відео для онлайн-платформи.	вивчення видів контенту та їх ролі у формуванні бренду; підготовка презентації про інноваційні формати контенту.

## Поради щодо успішного навчання

- **Кожне завдання і кожне заняття – це крок до вашого становлення як маркетолога. Використайте цей шанс максимально!**
- **Будьте активними на заняттях.** Регулярно відвідуйте лекції й практичні заняття, беріть участь у дискусіях, ставте запитання та діліться власними думками. Це сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підвищує результати поточного контролю.
- **Працюйте з літературою та джерелами.** Використовуйте основну та додаткову літературу, рекомендовану в силабусі. Звертайтеся до сучасних наукових публікацій, міжнародних баз даних (Scopus, Web of Science), щоб розширити теоретичну базу.
- **Виконуйте практичні завдання вчасно.** Завдання з аналізу практичних кейсів чи тестових методик, які є ключовими для формування професійних навичок. Дотримання дедлайнів полегшить підготовку до іспиту.
- **Розвивайте навички самостійної роботи.** Виділяйте час на опрацювання літератури, створення конспектів, написання рефератів і презентацій. Це допоможе не лише закріпити знання, а й підготуватися до магістерського дослідження.
- **Використовуйте цифрові ресурси.** Активно працюйте з цифровими ресурсами: переглядайте матеріали, виконуйте тести, завантажуйте завдання та перевіряйте коментарі викладача.
- **Співпрацюйте з одногрупниками.** Обмін досвідом, підготовка групових завдань і тренінгів дозволяють розширити власне бачення й отримати підтримку під час навчання.
- **Готуйтеся до практичної діяльності.** Курс спрямований на розвиток управлінських і організаційних навичок, тому важливо відпрацьовувати алгоритми планування, контролю та аналізу діяльності на практичних прикладах і тренінгах.
- **Не відкладайте підготовку до контрольних заходів.** Регулярно повторюйте матеріал після кожної теми, створюйте зручні схеми та таблиці для кращого засвоєння методик управління, критеріїв прийняття рішень і аналізу результатів.
- **Дотримуйтеся принципів академічної доброчесності.** Виконуйте завдання самостійно, правильно оформлюйте посилання на джерела, уникайте плагіату та списування.
- **Звертайтеся по підтримку у разі потреби.** Якщо виникають труднощі в засвоєнні матеріалу, не вагайтеся звернутися до викладачів, кураторів або служб підтримки університету.
- **Пам'ятайте:** успіх у маркетингу залежить не лише від знань, а й від уважності, відповідальності та комунікативних навичок. Будьте активними, допитливими та цілеспрямованими!

**Нехай цей курс стане для вас не лише джерелом знань, а й поштовхом до професійного самовдосконалення та впевненого руху вперед!**