



## СИЛАБУС

### обов'язкової навчальної дисципліни Цифровий маркетинг

Обсяг освітнього компоненту: кількість годин – 120; кредитів – 4;  
розподіл годин: лекції – 30, практичні та лабораторні – 14  
Вид контролю: екзамен

Освітня програма «Маркетинг»  
другого рівня вищої освіти  
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



**Широкорад Дмитро Вікторович, доцент, кандидат фізико-математичних наук**

#### **Контактна інформація:**

- +380631182567;
- [hoveringphoenix@gmail.com](mailto:hoveringphoenix@gmail.com);
- головний корпус, ауд. 361

#### **Час і місце проведення консультацій:**

вт-пт, з 18:00, онлайн (Telegram, Viber, Discord)  
в університеті – за попередньою домовленістю

## ОПИС КУРСУ

Дисципліна «Цифровий маркетинг» є важливим компонентом сучасної бізнес-освіти, орієнтованої на цифрову епоху. Вона вивчає стратегії та інструменти ефективного просування товарів та послуг в онлайн-середовищі, зокрема SEO, контент-маркетинг, соціальні медіа, e-mail, чат-боти та аналітику.. Вивчення цифрового маркетингу дозволить вам опанувати ключові навички використання інтернет-ресурсів для максимізації результатів маркетингових кампаній. Отримані знання та практичні навички дозволяють впевнено працювати в сфері цифрового маркетингу та досягати успіху у віртуальному просторі.

## МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ



Метою вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» є ознайомлення з базовими поняттями цифрового маркетингу та набуття практичних навичок виконання задач, з якими зустрічається інтернет-маркетолог у своїй роботі.

Основними завданнями вивчення дисципліни є теоретична і практична підготовка студентів з наступних питань:

- побудова оптимальної маркетинг-стратегії на основі наявних вихідних даних;
- використання партнерського маркетингу;
- робота з рекламним бюджетом для отримання максимального позитивного ефекту;
- проведення маркетингових досліджень.

**Загальні компетентності:**

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**Фахові компетентності:**

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;

СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;

СК7. здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування;

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК11. Здатність демонструвати навички роботи з інструментами цифрового маркетингу в Інтернеті.

СК13. Здатність спілкуватися іноземною мовою на професійному рівні.

**Результати навчання:**

Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.



P17. Використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу в контексті розвитку інтернет-технологій та приймати ефективні маркетингові рішення

В результаті вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» студент повинен

**знати:**

- основні поняття та інструменти цифрового маркетингу;
- базові принципи побудови успішної маркетингової компанії;
- вимоги до технічного завдання програмістам та іншим фахівцям;
- показники ефективності маркетингової кампанії

**вміти:**

- розробляти оптимальну стратегію цифрового маркетингу;
- створювати ефективні e-mail розсилки;
- проводити SEO-аудит сайту;
- оцінювати ефективність просування за допомогою інструментів Web-аналітики;
- розробляти чат-боти;
- працювати в Google Ads
- проводити рекламні кампанії в соціальних мережах;
- обчислювати метрики та KPI;
- використовувати останні надбання в сфері машинного навчання для маркетингових задач.

### ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Необхідно володіти базовими знаннями з лінійної алгебри, математичного аналізу, маркетингу.

### ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
<b>Змістовий модуль 1</b>		
1	Вступ до цифрового маркетингу (3 год.)	
2	E-mail маркетинг (4 год.)	Лр. № 1. «E-mail маркетинг. Створення ланцюжків листів», (2 год.)
3		
4	SEO-просування сайту (4 год.)	Лр. № 2. «SEO-просування», (2 год.)
5		
6	Web-аналітика (4 год.)	Лр. № 3. «Інструменти скраппінгу» (3 год.)
7		
<b>Змістовий модуль 2</b>		
8	Чат-боти (4 год.)	Лр. № 4. «Чат-боти» (3 год.)



9		
10	SMM-просування (3 год.)	
11		
12	Реклама в мережі інтернет (4 год.)	Лр. № 5. «Реклама в мережі інтернет» (2 год.)
13		
14	Технології штучного інтелекту в маркетингу (4 год.)	Лр. № 6. «Технології штучного інтелекту в маркетингу» (2 год.)
15		

### САМОСТІЙНА РОБОТА

Для студентів денної форми навчання – виконати роботу з RFM-аналізу, підготувати доповідь на одну з тем: «Вплив штучного інтелекту та аналітики на стратегії цифрового маркетингу: нові можливості та виклики» або «Вплив TikTok на сучасні маркетингові кампанії: взаємодія з аудиторією та створення вірусного контенту».

Для студентів заочної форми навчання – контрольна робота.

### РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

1. Методичні вказівки до самостійної роботи з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград., О.І. Денисенко, - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 20 с.

2. Методичні вказівки та завдання до лабораторних робіт з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград., А.Є. Рябенко - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 64 с.

3. Конспект лекцій з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 – «Маркетинг» / Укл.: Д.В. Широкоград. - Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. - 51 с.

4. Електронний навчальний курс, розроблений на базі платформи LMS Moodle, розміщений на навчальному порталі факультету за адресою: <https://moodle.zp.edu.ua/mod/url/view.php?id=114278>

5. Воронюк А., Поліщук О. Актуальний інтернет-маркетинг. К : ІРІО, 2018. 160 с.

6. Галліган Б., Шах Д. Вхідний маркетинг. Фабула, 2020. 240 с.

7. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. BookChef, 2022. 432 с.

8. Mobidea Academy. Режим доступу: <https://www.mobidea.com/academy/>.

9. Документація SmartSender. Режим доступу: <https://smartsendereu.atlassian.net/wiki/spaces/docsru/pages/1676411232/Ukrainian>.

10. E-sputnik. Блог. Режим доступу: <https://esputnik.com/uk/blog>

11. Serpstat. Блог. Режим доступу: <https://serpstat.com/uk/blog/>.

### ОЦІНЮВАННЯ

Рубіжний (модульний) контроль – це контроль знань здобувачів вищої освіти після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Проводиться у вигляді модульної контрольної роботи або за результатом поточного контролю.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах за 100-бальною системою.



Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль з дисципліни «Цифровий маркетинг» проводиться у формі семестрового екзамену в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом здобувача вищої освіти.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість є сумою балів за різні види навчальної роботи.

Протягом семестру студент проходить два рубіжних контролю по 2-м змістовним модулям, кожний з яких оцінюється за 100-бальною шкалою. Студент може отримати екзаменаційну оцінку по дисципліні за результатами поточної роботи та рубіжних контролів відповідно.

Під час контролю протягом семестру враховуються наступні види робіт:

- виконання лабораторних робіт (всього 6 лабораторних робіт по 30 балів = 180 балів);
- захист індивідуального домашнього завдання студента оцінюється до 10 балів;
- тест з першої теми (10 балів).

**Підсумкова оцінка за семестр визначається як середнє двох контролів за перший та другий змістовні модулі.**

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумкова оцінка	Екзамен
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				(100+100)/2=100 балів	100 балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8		
10	30	30	30	30	10	30	30		

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів.

Студент також може отримати оцінку за результатами здачі екзамену підчас сесії. Екзаменаційний білет включає 20 тестових завдань (по 3 балів за кожне), 2 фахових питання (по 20 балів за кожне).

## ПОЛІТИКИ КУРСУ

Опанування матеріалу можливе за записами лекцій та текстовими матеріалами. Можливо зарахування результатів неформальної та інформальної освіти. Зокрема, визнання результатів навчання онлайн курсів «SMM з AI» (<https://webpromoexperts.net/ua/courses/smm-z-ai/>), «Чат-боти та месенджери» (<https://webpromoexperts.net/ua/courses/chat-boty/>) академії WebPromoExperts в якості самостійної роботи за темами «SMM-просування», «Технології штучного інтелекту в маркетингу», «Чат-боти»; онлайн курсів компанії Coursera «Пошукова оптимізація (SEO)» ([https://www.coursera.org/specializations/seo?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMRX4WVuUc0&irgwc=1&utm\\_medium=partners&utm\\_source=impact&utm\\_campaign=1359419&utm\\_content=b2c](https://www.coursera.org/specializations/seo?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMRX4WVuUc0&irgwc=1&utm_medium=partners&utm_source=impact&utm_campaign=1359419&utm_content=b2c)) в якості самостійної роботи за темою «SEO-просування сайту»; «Маркетинг у цифровому світі» ([https://www.coursera.org/learn/marketing-digital?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMU04WVuUc0&irgwc=1&utm\\_medium=partners&utm\\_source=impact&utm\\_campaign=1359419&utm\\_content=b2c](https://www.coursera.org/learn/marketing-digital?irclid=SZPQ%3AV39ExyKRdD3H3VzCR5fUkC3EMU04WVuUc0&irgwc=1&utm_medium=partners&utm_source=impact&utm_campaign=1359419&utm_content=b2c)) за темою «Вступ до цифрового маркетингу».

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N253\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf)).



### ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для доступу до навчально-методичних розробок курсу Ви маєте мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle. URL: <https://moodle.zp.edu.ua/>

Для виконання лабораторних та самостійних робіт необхідно мати встановлений MS Excel, сучасний браузер, Telegram. Також необхідно мати акаунт Google.

