

Анотація навчальної дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти

Дисципліна:	«Оптимізація сайтів та цифровий маркетинг»
Викладач:	Вороницька Віра Михайлівна, м.т.н., старший викладач
E-mail:	vera.voronitska@gmail.com
Кількість кредитів:	3
Мова викладання:	українська
Вид контролю:	залік
Місце у структурно-логічній схемі:	вивчається в 3 семестрі другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 122 Комп'ютерні науки

Вступ

«Якщо вас немає в Інтернеті, значить, вас немає в бізнесі»

Білл Гейтс

Ми живемо в часи, коли класичні інструменти маркетингу втрачають свою ефективність, натомість цифровий маркетинг стає важливою складовою у веденні бізнесу. І не варто плутати повноцінний цифровий маркетинг зі створенням сторінок компанії у всіх можливих соцмережах, бо «всі ж там є і ми будемо». Цифровий маркетинг має кілька напрямів роботи, котрі залежать від того, які канали комунікації ви використовуєте і які з них є дійсно дієвими для вашої організації. Інструменти традиційного маркетингу працюють з масовою аудиторією, яка більшою мірою є пасивною. Натомість інструменти цифрового маркетингу працюють з активною аудиторією, дозволяють відстежувати модель поведінки клієнтів, пропонувати індивідуальні пропозиції, що відповідають їхнім запитам.

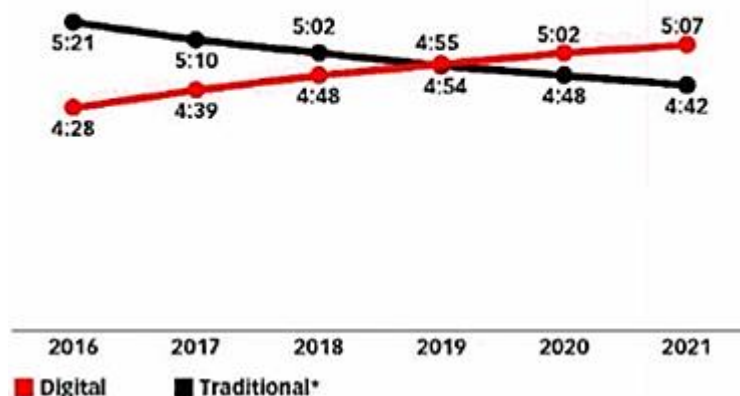
Підтвердженням важливості та ефективності цифрового маркетингу слугують статистичні дані:

За статистикою за 2020 рік 1 пересічний юзер користується інтернетом протягом дня 6 годин 43 хвилини.

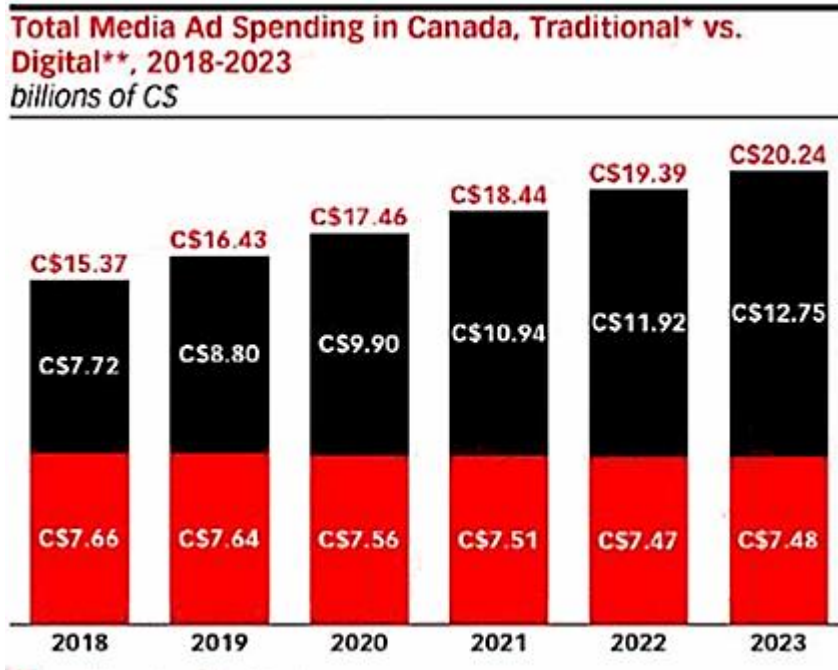
55 % людей перед покупками гуглять рекомендації та огляди продукції, що їх цікавить.

47 % потенційних покупців шукають інформацію на офіційних ресурсах компаній.

Статистика показує, що середня кількість часу на день, що витрачає людина на взаємодію з цифровою рекламою, лише зростає, а з традиційною – навпаки зменшується.



Паралельно спостерігається збільшення бюджетів для використання інструментів цифрового маркетингу.



Попит на кваліфікованих фахівців цієї спеціалізації буде лише зростати. Тому здобути потрібні знання та вміння сьогодні – це інвестиція у ваше завтра.

Передумови для вивчення дисципліни: Інтернет-технології, комп'ютерна графіка

Мета та завдання дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг» є ознайомлення з теоретичними та практичними основами основних напрямів розвитку цифрового маркетингу, способів його впровадження, механізмів підтримки та аналізу.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» формування у студентів уявлення про основи цифрового маркетингу. Вивчення теоретичних і практичних основ цифрового маркетингу, різних видів каналів отримання продажів, включно з вивченням різноманітної реклами (контекстної, таргетованої тощо). Висвітлити особливості застосування маркетингових досліджень у e-commerce. Сформувані знання та практичні навички щодо застосування принципів та методів маркетингових досліджень. Розглянути стимулювання збуту, як форму просування товарів та послуг в мережі. Вивчити та вміти застосовувати на практиці основні прийоми розробки неймінгу та брендінгу. Навчитись проводити аналіз впроваджених маркетингових стратегій.

Очікувані результати навчання

В умовах швидкої цифровізації суспільства та бізнесової діяльності, опанування інструментів і технологій цифрового маркетингу є однією з ключових компетенцій сучасного фахівця. Саме тому дисципліна поєднує в собі найсучасніші моделі, теорії та інструменти цифрового маркетингу, що поєднані з напрацюванням практичних навичок використання конкретних інструментів аналізу та розробки програм цифрового маркетингу із використанням інформаційно-аналітичних інструментів.

Навчальна дисципліна «Цифровий маркетинг» орієнтована на розвиток у студентів компетентностей у сфері просування продукції в онлайн-сегменті, управління електронною комерцією та створення корпоративних сайтів. Цифровий маркетинг – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка взаємопов'язана з основними елементами маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу і просування. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайта.

У результаті освоєння повного курсу навчальної дисципліни «Адміністрування сервера бази даних» у здобувачів вищої освіти формуються глибокі, міцні і системні знання, які передбачають вільне володіння понятійним апаратом, розуміння основних задач предмету, його мети та завдання. Студенти повинні:

знати:

- теоретичні аспекти та особливості маркетингу в мережі Інтернет;
- основні поняття та категорії цифрового маркетингу та просування товарів / послуг у мережі Інтернет;
- планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет;
- особливості інструментів цифрового маркетингу при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- сучасні програмні продукти, інформаційні системи та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- базові принципи оцінки ефективності Інтернет-маркетингової діяльності;
- принципи роботи пошукових систем, рекламних мереж;
- можливості, ключові технології комунікаційної роботи в Інтернеті;
- технології розробки, оптимізації та просування сайтів;
- особливості використання контент маркетингу у просуванні вебсайту підприємства;
- особливості залучення цільової аудиторії за допомогою вебсайту підприємства та Інтернет реклами;
- постулати та специфіку написання публікацій в мережі Інтернет та email листів;
- особливості соціальних мереж та принципи їх роботи.

вміти:

- використовувати інструменти цифрового маркетингу при веденні комерційної та некомерційної діяльності;
- застосовувати сучасні програмні продукти, інформаційні системи та інші цифрові технології в своїй професійній діяльності;
- розробляти стратегії цифрового маркетингу;
- створювати якісний текстовий та графічний контент, що відповідає меті функціонування веб-сторінки чи іншої форми представництва в мережі Інтернет;
- проводити аудит вебсайту, проектувати вебсайт, оптимізувати наявний вебсайт в залежності від його завдань;
- збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу;
- організовувати рекламну кампанію в мережі Інтернет;
- оцінювати результативність та ефективність кампаній та інструментів цифрового маркетингу;
- формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні поняття цифрового маркетингу.

Тема 1. Поняття маркетингу. Еволюція Концепції маркетингу. Періоди розвитку теорії маркетингу. Цифровий маркетинг, його основні поняття та тенденції його розвитку. Відмінність цифрового маркетингу від інтернет-маркетингу та від offline маркетингу. Основні поняття в цифровому маркетингу. Бізнес-моделі в онлайн. Цілі та KPI. Основні метрики.

Тема 2. Канали комунікації в цифровому маркетингу. Підбір та визначення ЦА. Розробка стратегій.

Тема 3. Основи SEO. Алгоритми пошукових систем. Основні поняття оптимізації ресурсів. Фактори ранжування. Внутрішня та зовнішня оптимізація.

Тема 4. Семантичне ядро. Методи збору. Типи запитів. Підбір ключових слів. Частотність, релевантність. Інтентні запити. Контент-стратегії.

Тема 5. User Experience. Відмінності між напрямками AI, UX, UI. Методи UX досліджень (опитування, Google Analytics, Yandex Metrika).

Тема 6. Google Analytics і Google Tag Manager. Кроки по правильному встановленню та налагодженню. Налаштування цілей. Розуміння мікро і макро конверсії. Електронна комерція. Асоційовані конверсії.

Змістовий модуль 2 Реклама. Типи реклам, їх створення, аналіз та контроль.

Тема 7. SMM. Огляд соціальних мереж і платформ. Побудова стратегії роботи в соцмережах (Facebook / Instagram). Відстеження трендів і оперативні зміни згідно нових трендів. Створення вірусного контенту.

Тема 8. Реклама в соціальних мережах. Практика роботи з рекламним кабінетом Facebook / Instagram.

Тема 9. PPC. Формати реклами. Пошукова, медійна і відео-реклама. Google Ads. Підбір і групування ключових слів. Типи відповідних ключових слів. Написання ефективних оголошень. Показники ефективності рекламних кампаній. Аналіз і оптимізація.

Тема 10. Email marketing. Комплекс інструментів. Створення списків. Створення лідо-магніту. Сегментація аудиторії.