



Назва дисципліни	Цифровий маркетинг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Оксана Степанівна Паламарчук
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, у соцмережі	<a href="https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna">https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna</a>
Е-mail викладача:	<a href="mailto:oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua">oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua</a>
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	<a href="http://kibernetika.rv.ua/">http://kibernetika.rv.ua/</a>
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

#### Цілі навчальної дисципліни

**Мета:** формування системи знань здобувачами вищої освіти у сфері цифрового (digital) маркетингу для розуміння широкого кола проблем сучасного маркетингу, розробка та проведення маркетингових заходів в мережі Інтернет.

**Завданням навчальної дисципліни є** набуття знань відповідних понять, категорій, систем та алгоритмів цифрового маркетингу; відпрацювання практичних навичок розв'язання завдань та виконання відповідних функцій в галузі цифрового маркетингу.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 051 Економіка та освітньо-професійної програми «Економічна кібернетика» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких *загальних та фахових* компетентностей.

#### Загальні компетентності:

**ЗК4.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК7.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

#### Спеціальні (фахові) компетентності:

**СК7.** Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

**СК10.** Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

#### Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен демонструвати:

#### Знання

**Р12.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

**Р13.** Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

**Р15.** Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

P19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

### **Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Цифровий маркетинг» значно підвищиться сукупністю знань, отриманих здобувачами вищої освіти при вивченні дисциплін «Економічна інформатика», «Інформаційні системи в управлінні», «Маркетинг», «Менеджмент».

*Мотивація здобувачів вищої освіти* полягає:

- формування почуття задоволення від пізнання нового;
- усвідомлення розширення власних перспектив у плані знайомства з дійсністю, відкриття невідомих сторін оточуючої дійсності – закономірностей творчості;
- формування стійкої тенденції до продовження креативної діяльності;
- вузькі соціальні мотиви (прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус, підвищити рівень креативності);
- мотиви соціального співробітництва, спілкування з іншими людьми упродовж здобуття вищої освіти.

*Спільна (групова) діяльність здобувачів вищої освіти* при вивченні дисципліни

«Цифровий маркетинг» може бути:

- 1) за рівнем навчальних можливостей здобувачів – гомогенною та гетерогенною;
- 2) за особливостями розподілу навчальних завдань – однорідною, диференційованою, кооперованою, індивідуально груповою;
- 3) за часом функціонування – пролонгованою та локальною.

*Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти* при вивченні курсу передбачає:

- підготовку до аудиторних занять та опрацювання матеріалу практичних робіт;
- вивчення окремих тем або питань змістового модуля, які у Робочій програмі винесено на самостійне опрацювання;
- виконання диференційованих завдань;
- підготовку рефератів та реферативних повідомлень, виступів на заняттях;
- виконання завдань для самоконтролю, що передбачає розв'язання практичних завдань, проходження тестів, відповідей на питання тощо.

### **Перелік тем**

1. Цифровізація та інформатизація суспільства.
2. Введення у цифровий маркетинг.
3. Сучасні тенденції застосування системи цифрового маркетингу.
4. Особливості маркетингової діяльності на цифровому ринку.
5. Реалізація товарів та послуг у цифровому середовищі.
6. Елементи та інструменти цифрового маркетингу.
7. Особливості формування цільової аудиторії в мережі Інтернет.
8. Система комунікацій у цифровому маркетингу.
9. Стратегії цифрового маркетингу для розвитку сучасного бізнесу.
10. Іноземний досвід застосування системи цифрового маркетингу.

### **Рекомендована література та інформаційні ресурси**

#### **Основна**

1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. ЦУЛ, 2017. 536 с.
3. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. для

- студ. спеціальності 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; автори: Н.Л. Писаренко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 100 с.
4. Ляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4. Т. 1. С. 64–74.
  5. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – К. : КМ-Букс. – 2018 с.
  6. Литовченко І.Л., Пилипчук В. П. Інтернет & маркетинг : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
  7. Мозгова Г.В. Інструменти Інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. Ефективна економіка. 2013. №10. URL: [economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429](http://economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429).
  8. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. : КиМУ, 2022. – 228 с.

#### Додаткова

1. Головчук Ю.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 19. С. 337–341.
2. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2016. Т. 1. Вип. 1. С. 48–53.
3. Ковальчук С.В., Ковінько О.М., Лісовський І.В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств. Маркетинг і цифрові технології. 2018. Т. 2. № 1. С. 55–73.
4. Марчук О.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 17. С. 296–299.
5. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2015. № 12. С. 362–371.
6. Пономаренко І.В. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент підвищення рівня конкурентоспроможності компанії. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2018. № 15. С. 57–65.
7. Рубан В.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Ч. 1. Вип. 30. С. 143–146.
8. Хартман, А. Стратегії успіху в Інтернет-економіці. К.: Лорі, 2001. 265 с.
9. Юдин А. 10 найбільш популярних інструментів Інтернет-маркетингу. Marketer. 2016. URL : [https:// marketer.ua/ua/10-naibolee-populyarnyh-instrumentovinternet-marketinga](https://marketer.ua/ua/10-naibolee-populyarnyh-instrumentovinternet-marketinga)
10. Яцюк Д.В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 7. URL : [http://www.investplan.com.ua/pdf/7\\_2015/16.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf).

#### Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Економічна кібернетика» підготовки бакалавра спеціальності 051 «Економіка». URL: [https://rshu.edu.ua/images/osvitni\\_programi/2022/osv\\_prog\\_bak\\_051\\_ekonom\\_ek\\_2022.pdf](https://rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/2022/osv_prog_bak_051_ekonom_ek_2022.pdf)
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом. URL: <http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Платформа електронного навчання кафедри економіки та управління бізнесом. URL: <http://kibernetika.rv.ua/>
4. Репозитарій РДГУ. URL: <http://repository.rshu.edu.ua/>

5. Налаштування реклами. URL: [https://ads.google.com/intl/uk\\_ua/home/](https://ads.google.com/intl/uk_ua/home/)
6. Створення Landing Page. URL: <https://uk.wix.com/>
7. Створення Landing Page. URL: <https://ua.site123.com/>

### Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до мережі Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

### Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК4.	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях	P12.	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO7 MO 9 MO10
ЗК7.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	P19.	Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO7 MO 9 MO10
СК7.	Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів	P15.	Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO7 MO 9 MO10
		P19.	Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO7 MO 9 MO10
СК10.	Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів	P13.	Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.	MН1 MН2 MН3 MН5 MН6	MO2 MO4 MO7 MO 9 MO10

\* MН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); MН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); MН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); MН4

– робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

\*\* МО1 – екзамени; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквіум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

### **Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	<b>A</b>	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	<b>B</b>	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81		добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача,			

	<b>C</b>		загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	<b>D</b>	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		
60–63	<b>E</b>	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1–34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни  
«Цифровий маркетинг»**

Поточне тестування та самостійна робота										Залік	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	20	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
Модульний контроль – 10			Модульний контроль – 10								

**Критерії по видах діяльності**

№ з.п.	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
T1	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T2	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T3	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
<i>Модульний контроль</i>		-	10
T4	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T5	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T6	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T7	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T8	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T9	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
T10	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	2 4	6
<i>Модульний контроль</i>		-	10
<i>Залік</i>		-	20
<b>Разом:</b>		<b>100</b>	

**Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і

умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного та лабораторного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

### **Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.