



АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Інтернет-маркетинг
Освітня програма	Цифрова економіка
Компонент освітньої програми	Вибіркова
Загальна кількість кредитів та кількість годин вивчення дисципліни	3 кредити/90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладачі	Вальковець Алла Степанівна, ст.викладач
CV викладачів на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1207-valkovets-alla-stepanivna
E-mail викладачів:	alla.valkovets@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни: формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань та практичних навичок використання інструментів інтернет-маркетингу для ефективного функціонування бізнесу в умовах цифрової трансформації економіки.

Завдання дисципліни:

- Оволодіти методологією маркетингових досліджень у цифровому середовищі.
- Навчитися формувати стратегію присутності бренду в мережі.
- Освоїти інструменти залучення (SEO, PPC, SMM) та утримання (Email, Content) клієнтів.
- Навчитися аналізувати ефективність маркетингових кампаній за допомогою Web-аналітики.
- Розуміти економічну ефективність інвестицій у цифрові канали просування.

Очікувані результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути такі результати навчання:

знати:

- Ключові концепції та тренди цифрової економіки, що впливають на сучасний маркетинг.

- Еволюцію вебресурсів та відмінності між поколіннями Web 2.0, 3.0 та 4.0.
- Алгоритми функціонування пошукових систем, соціальних мереж та маркетплейсів.
- Основні моделі ціноутворення в інтернет-рекламі (CPM, CPC, CPL, CPA).
- Методологію побудови карти шляху клієнта (Customer Journey Map) та воронки продажів.
- Ключові показники ефективності (KPI) цифрового маркетингу: ROMI, ROAS, CAC, LTV, Churn Rate.
- Правові та етичні засади роботи з персональними даними користувачів (GDPR та національне законодавство).
- Принципи роботи систем наскрізної аналітики та основи тегування трафіку.

вміти:

- Проводити комплексний аудит цифрової присутності бренду та аналізувати стратегії конкурентів.
- Визначати та сегментувати цільову аудиторію за допомогою інструментів онлайн-моніторингу.
- Формувати семантичне ядро для сайту та складати технічні завдання для SEO-оптимізації.
- Налаштовувати та оптимізувати рекламні кампанії в Google Ads та Meta Ads Manager.
- Створювати прототипи конверсійних посадкових сторінок (Landing Pages) з урахуванням принципів UX/UI.
- Розробляти контент-плани для соціальних мереж та стратегії автоматизованого Email-маркетингу.
- Налаштовувати базові звіти в Google Analytics 4 та візуалізувати дані в Looker Studio.
- Використовувати сервіси штучного інтелекту для генерації тексту, зображень та аналізу маркетингових даних.
- Розраховувати бюджет маркетингових кампаній та прогнозувати їхню економічну ефективність.

Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Стратегія та інструменти залучення трафіку

Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу в цифровій економіці

1. Сутність та специфіка маркетингу в інтернеті.
2. Вплив цифровізації на поведінку споживачів.
3. Огляд основних бізнес-моделей (B2B, B2C, D2C, маркетплейси).

Тема 2. Дослідження ринку та аналіз цільової аудиторії

1. Сегментація аудиторії: від демографії до психографії.
2. Розробка портрета клієнта (Persona) та карти шляху клієнта (CJM).
3. Інструменти моніторингу конкурентів у цифровому середовищі.

Тема 3. Пошукова оптимізація (SEO)

1. Принципи роботи пошукових алгоритмів.
2. Внутрішня оптимізація: семантичне ядро, структура сайту, мета-теги.
3. Зовнішня оптимізація та лінкбїлдінг. Технічне SEO.

Тема 4. Контекстна реклама (PPC)

1. Моделі оплати (CPC, CPM, CPA).
2. Робота з Google Ads: типи кампаній (пошук, медійна мережа, Performance Max).
3. Копірайтинг оголошень та робота з ключовими словами.

Тема 5. Маркетинг у соціальних мережах (SMM)

1. Специфіка основних платформ (Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook).
2. Таргетована реклама: налаштування аудиторій та ретаргетинг.
3. Робота з інфлюенсерами (Influence Marketing).

Тема 6. Веб-сайт як центр маркетингових комунікацій

1. Проектування UX/UI дизайну для підвищення конверсії.
2. Створення посадкових сторінок (Landing Pages).
3. Оцінка швидкості та мобільної адаптивності ресурсу.

Змістовний модуль 2. Утримання клієнтів та аналітика

Тема 7. Контент-маркетинг та управління лояльністю

1. Види контенту та матриця контент-планування.
2. Сторітелінг у цифрових комунікаціях.
3. Робота з репутацією бренду (SERM) та відгуками.

Тема 8. Email-маркетинг та автоматизація маркетингу

1. Побудова бази підписників та легальні аспекти розсилок.
2. Тригерні та транзакційні листи.
3. Огляд CRM-систем для автоматизації взаємодії з клієнтами.

Тема 9. Відеомаркетинг та нові медіа

1. YouTube та TikTok як інструменти просування бізнесу.
2. Створення коротких відеоформатів (Reels, Shorts).
3. Прямі ефіри та вебінари в маркетинговій воронці.

Тема 10. Наскрізна аналітика та Google Analytics 4

1. Налаштування подій та конверсій у GA4.
2. Використання UTM-міток для відстеження джерел трафіку.
3. Побудова звітів у Looker Studio (Google Data Studio).

Тема 11. Економічна ефективність інтернет-маркетингу

1. Розрахунок ключових метрик: \$ROMI\$, \$CAC\$, \$LTV\$, \$ROAS\$.
2. Бюджетування маркетингової діяльності та медіапланування.
3. Аналіз воронки продажів та виявлення "вузьких місць".

Тема 12. Штучний інтелект та майбутнє цифрового маркетингу

1. Використання ChatGPT та Midjourney для генерації контенту.
2. AI-інструменти для предиктивної аналітики.
3. Етика та виклики використання штучного інтелекту в маркетингу.