

### АНОТАЦІЯ

<b>Назва дисципліни / освітнього компонента</b>	Цифровий маркетинг
<b>Освітня програма</b>	Економічна кібернетика першого (бакалаврського) рівня
<b>Компонент освітньої програми</b>	Вибірковий
<b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b>	3 кредити / 90 годин
<b>Вид підсумкового контролю з дисципліни</b>	Залік
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Викладач</b>	Паламарчук Оксана Степанівна; кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом
<b>CV викладача на сайті кафедри/ЗВО</b>	<a href="https://cutt.ly/Tw1DNioi">https://cutt.ly/Tw1DNioi</a> <a href="https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamar-chuk-oksana-stepanivna">https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamar chuk-oksana-stepanivna</a>
<b>E-mail викладача</b>	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua

#### **Мета та завдання навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна «Цифровий маркетинг» фокусується на вивченні та практичному застосуванні інструментів та стратегій маркетингу в цифровому середовищі, надаючи здобувачам вищої освіти знання та навички для ефективного просування продуктів та послуг онлайн, взаємодії з аудиторією та досягнення бізнес-цілей у цифровому просторі.

*Метою* навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг» є 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.

#### **Зміст навчальної дисципліни**

##### ***Змістовий модуль. Організаційні засади цифрового маркетингу***

Тема 1. Цифровізація та інформатизація суспільства.

Тема 2. Введення в цифровий маркетинг. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі.

Тема 3. Сучасні тенденції застосування системи цифрового маркетингу.

Тема 4. Особливості маркетингової діяльності на цифровому ринку. Товари та послуги в цифровому середовищі.

Тема 5. Особливості формування цільової аудиторії в мережі Інтернет.

Тема 6. Поведінка та особливості споживачів у мережі Інтернет.

Тема 7. Система комунікацій у цифровому маркетингу.

Тема 8. Система управління взаємовідносинами з клієнтами в цифровому маркетингу.

Тема 9. Елементи та інструменти цифрового маркетингу.

Тема 10. Аналіз ефективності цифрового маркетингу.

Тема 11. Стратегії цифрового маркетингу.