



УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ  
МАЙБУТНЬОГО

# ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАЙБУТНЬОГО»

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Цифровий маркетинг»

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

<https://uft.in.ua/>

Телефон: +38 (073) 047-26-26

E-mail: [info@uft.in.ua](mailto:info@uft.in.ua)

Викладач – Рябова Тетяна Анатоліївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»					
Шифр та назва спеціальності	073 «Менеджмент»					
Назва освітньо-професійної програми	«Менеджмент»					
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)					
Статус навчальної дисципліни (обов'язкова/вибіркова)	вибіркова					
Мова викладання	Українська					
Форма навчання	Семестр викладання	Обсяг навчальної дисципліни	Лекції (годин)	Практичні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)	Підсумковий контроль
Денна	2–3 семестр	120 год,	20	20	80	Диференційований залік
Заочна	2–3 семестр	4 кредити ЄКТС	6	6	108	

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

<b>Анотація дисципліни</b>	Дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань, умінь та навичок, необхідних для ефективного управління маркетинговою діяльністю в цифровому середовищі. Розглядаються ключові методи, техніки та інструменти цифрового маркетингу, такі як SEO, контент-маркетинг, SMM, email-маркетинг, контекстна реклама та веб-аналітика. Особлива увага приділяється ролі стратегічного планування, аналізу даних та управлінню репутацією в онлайн-середовищі. Дисципліна передбачає практичні заняття, аналіз кейсів та виконання проектних робіт. Завдяки міждисциплінарному підходу, контент дисципліни інтегрує знання з маркетингу, менеджменту, інформаційних технологій та комунікацій.
<b>Мета і завдання дисципліни</b>	Метою дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти комплексної системи знань, умінь і навичок стратегічного управління маркетинговою діяльністю в цифровому середовищі. Вона спрямована на розвиток навичок стратегічного управління digital-маркетингом, включаючи аналіз онлайн-ринку, розробку та реалізацію digital-маркетингових планів, управління комплексом цифрового маркетингу, адаптацію до змін онлайн-середовища та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.
<b>Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна</b>	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію. Розробляти, впроваджувати, адаптувати систему методів й інструментів менеджменту в організаціях різних видів діяльності в умовах невизначеності середовища функціонування бізнесу, демонструвати навички розуміння «diversity» менеджменту у бізнес структурах.
<b>Результати навчання</b>	Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний

	<p>інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.  Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.  Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.  Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах.  Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.  Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.  Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу.  Розробляти, впроваджувати, адаптувати систему методів й інструментів менеджменту в організаціях різних видів діяльності в умовах невизначеності середовища функціонування бізнесу, демонструвати навички розуміння «diversity» менеджменту у бізнес структурах.</p>
<p><b>Навички Soft skills</b></p>	<p><i>Комунікативні навички:</i> ефективна комунікація з різними аудиторіями та онлайн-спільнотами, створення контенту, ведення переговорів, вирішення конфліктів, управління репутацією, емоційний інтелект.  <i>Лідерські компетенції:</i> управління проектами та командами, формування стратегії, прийняття рішень на основі даних, управління репутацією, вплив та переконання, мотивація команди, делегування завдань, управління змінами, стратегічне бачення.  <i>Селф-менеджмент і вольові компетенції:</i> управління часом, адаптивність до змін, орієнтованість на результат, стресостійкість, самомотивація, самонавчання, планування та організація, ініціативність, проактивність.  <i>Інтелектуальні навички для перманентного професійного розвитку:</i> аналітичне мислення, критичне мислення, стратегічне мислення, постійне навчання та освоєння нових інструментів, дослідження трендів, вирішення проблем, креативність, робота з інформацією, прогнозування ефективності.</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p>Опанування дисципліни здійснюється шляхом поєднання лекцій (з використанням мультимедійних технологій) та інтерактивних занять (аналіз кейсів, практичні завдання, проектна робота). Навчальний процес забезпечується інформаційними (підручники, онлайн-платформи, професійні блоги) та технічними (аудіовізуальні засоби, платформи для вебінарів, інструменти для спільної роботи) засобами</p>
<p><b>Матеріально-технічні ресурси</b></p>	<p>Ноутбук.  Мультимедійний проектор.  Доступ до глобальної мережі Internet.</p>

Хмарні технології підтримки освітнього процесу:  
Google Classroom / Moodle (підтримка практичних занять)  
Google Meet / Zoom (онлайн-лекції, практичні заняття)

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОНСУЛЬТАЦІЇ

Відповідно до окремого графіка

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів	Зміст модулів
<b>Змістовий модуль 1. Основи та технології цифрового маркетингу</b>	<b>Тема 1.1. Сутність та специфіка цифрового маркетингу</b> Зміст, завдання та види цифрового маркетингу. Переваги та можливості цифрового маркетингу. Історія цифрового маркетингу. Інструменти цифрового маркетингу. Тренди цифрового маркетингу
	<b>Тема 1.2. Веб-сайт як інструмент цифрового маркетингу</b> Функції, типи та структура веб-сайтів. Дизайн та комунікаційні можливості. Етапи розробки та принципи взаємодії з користувачами
	<b>Тема 1.3. Аналіз цільової аудиторії та поведінки споживачів в цифровому середовищі</b> Структура інтернет-аудиторії. Методи маркетингових досліджень онлайн. Класифікація споживачів та вплив різних факторів на їхню поведінку
	<b>Тема 1.4. Пошукова оптимізація (SEO) та просування веб-сайтів</b> Сутність, цілі та методи SEO. Семантичне ядро та аналіз ключових слів. Показники ефективності SEO
	<b>Тема 1.5. Контент-маркетинг: стратегія та створення контенту</b> Формати, цілі та стратегія контент-маркетингу. Створення ефективного контенту (текст, візуал). Розповсюдження контенту та контент-план
<b>Змістовий модуль 2. Інструменти та стратегії цифрового маркетингу</b>	<b>Тема 2.1. Інтернет-реклама та рекламні платформи</b> Види інтернет-реклами (пошукова, контекстно-медійна, банерна, мобільна). Робота з різними рекламними платформами. Воронка продажів
	<b>Тема 2.2. Email-маркетинг та мультिकанальні комунікації</b> Сутність та цілі email-маркетингу. Створення email-кампаній та автоматизація. Мультिकанальність (web-push, SMS, месенджери)
	<b>Тема 2.3. Маркетинг у соціальних мережах (SMM)</b> Роль SMM у цифровому маркетингу. SMM-стратегія та оцінка ефективності. Просування в Instagram,

Facebook, YouTube. Управління репутацією

**Тема 2.4. Розробка стратегій цифрового маркетингу та управління репутацією**

Види та етапи розробки digital-маркетингових стратегій. Управління репутацією в Інтернеті (SERM)

**Тема 2.5. Аналіз ефективності та метрики цифрового маркетингу**

Методи вимірювання ефективності в цифровому маркетингу. Аналіз рекламних кампаній та маркетингової активності

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с.
2. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. Книга-інструкція з налаштування рекламних кампаній та управління ними. ТОВ «Гнозіс». 2021. 292 с.
3. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. Суми: СумДУ, 2021. 259 с.
4. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
5. Шестакова А. В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.
6. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. 260 с.

### Допоміжна література:

1. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
2. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та Інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів. Книга-тренінг. ТОВ «Гнозіс». 2021. 292 с.
3. Кнорр І. Посібник з цифрової трансформації бізнесу. Миколаїв: Центр інформаційної підтримки бізнесу, 2021. 28 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового /пер. з англ. К. Куницька, О. Замаєва. КМ-Букс, 2019. 224 с.
5. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
6. Машико Я. Посібник зі стратегії для соціальних медіа. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула. 2020. 304 с.
7. Писаренко Н. Л. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.
8. Теоретичні та практичні аспекти розвитку Інтернет-економіки: міждисциплінарний навчальний посібник. За науковою

ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2021, 386 с.

9. Цифрова економіка: підручник / Т.І. Олешко, Н.В. Касьянова, С.Ф. Смерічевський та ін. Київ: НАУ, 2022. 200 с.

10. Швиденко М. З., Касаткіна О. М., Швиденко О. М. Електронна комерція : підручник. Національний університет біоресурсів і природокористування України. Перевидання, доповнене і перероблене. К. : ФОП Ямчинський О.В., 2020. 478 с.

11. Heinze, A., Fletcher, G., Rashid, T., & Cruz, A. (2020). Digital and Social Media Marketing. Routledge. 364 p.

12. Holder S. K. (2021). Starting an Online Business and Internet Marketing 2021: Guide to Setting up an E-Commerce Website, SEO, and Digital Marketing Strategies. Independently published. 198 p.

13. Kingsnorth, S. (2022). The Digital Marketing Handbook: Deliver Powerful Digital Campaigns. 1st ed. London: Kogan Page. 450 p.

### **Інформаційні джерела та Internet-ресурси:**

1. <http://uam.in.ua>

2. <http://www.nbuu.gov.ua/>

3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. <https://aweb.ua/blog/>

6. <https://elit-web.ua/blog/>

7. <https://esputnik.ua/blog/>

8. <https://horoshop.ua/ua/blog/>

9. <https://inau.ua/>

10. <https://inweb.ua/blog/>

11. <https://netpeak.ua/blog/>

12. <https://newage.agency/ua/blog/>

13. <https://plerdyd.com/blog/>

14. <https://promodo.ua/blog/>

15. <https://ringostat.com/blog/>

16. <https://serpstat.com/blog/>

17. <https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>