

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Digital -маркетинг

(міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна)



Розробник:
Писаренко Володимир –
професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор

Полтава
2021 р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва дисципліни	навчальної	Digital- маркетинг вибіркова дисципліна професійної підготовки
Назва підрозділу	структурного	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання		Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус № 4) e-mail: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua тел. (0532) 56-98-24 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych
Рівень вищої освіти		Другий (магістерський) рівень
Спеціальність		
Попередні вивчення дисципліни	умови для навчальної	Базові знання з реклами та маркетингу: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню – стратегічний маркетинг, інноваційний розвиток підприємств

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни ознайомлення майбутніх фахівців із теоретичними основами Digital-маркетингу і сформувати практичні навички в організації та функціонуванні маркетингової діяльності підприємства в Internet.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення теоретичних та методологічних основ Digital-маркетингу, щодо маркетингових досліджень у віртуальному просторі, цінової політики, системи просування, особливо реклами, нові напрямки використання маркетингу за допомогою Інтернет у різноманітних сферах життя суспільства.

Компетентності:

ЗК 1. Вміння використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, вміння виявляти, формулювати та вирішувати проблеми.

ЗК 14. Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізу інформації з різних джерел та прийняття рішень.

Програмні результати навчання:

ПР 6. Демонструвати здатність до аналізу, адаптації та діяльності в нових ситуаціях.

ПР 7. Демонструвати знання сучасного рівня та новітніх технологій у різних галузях для їхнього упровадження у професійній діяльності та вирішенні фахових завдань.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Специфіка Digital -маркетингу.

Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.

Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.

Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень.

Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.

Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.

Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.

Тема 8. Digital маркетинг в електронній комерції.

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність: Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перескладання: Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату ННІ.

3. Система оцінювання:

Критерії успішного опанування програмних результатів навчання

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів
ПРН 6. Демонструвати здатність до аналізу, адаптації та діяльності в нових ситуаціях.	56	56	34
ПРН 7. Демонструвати знання сучасного рівня та новітніх технологій у різних галузях для їхнього впровадження у професійній діяльності та вирішенні фахових завдань.	44	44	26
Разом	100	100	60

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання лабораторних завдань	Розв'язування тестів	Реферат	Виконання завдань самостійної письмової роботи	
Тема 1. Специфіка Digital - маркетингу	4	3		4	11
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі	4	3		4	11
Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті.	4	3	12	4	23
Тема 4. Технологічні засоби	4	3		4	11

підтримки прийняття маркетингових рішень					
Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій.	4	3		4	11
Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу.	4	3		4	11
Тема 7.Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні.	4	3		4	11
Тема 8. Digital маркетинг в електронній комерції.	4	3		4	11
Всього	32	24	12	32	100

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3

Форма семестрового контролю – залік

Література та джерела інформації

Основні

1. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навч. Посібник. Центр учбової літератури, 2011. 332 с.

2. Рабей Н Р. Актуальність дослідження тенденцій розвитку інструментів інтернету в маркетинговій діяльності підприємства. *Wiadomości o postępie naukowym i rzeczywistych badaniach naukowych współczesności* : збірник наукових праць «ЛОГОΣ» з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Краків, 17 червня 2019 р. Краків, 2019. Т. С. 26-28. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736>.

3. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2. навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.

Додаткові

4. Висоцької В. А. Методи просування сайту в пошукових системах та соціальних мережах : методичні вказівки до лабораторної роботи № 8. за заг. ред.. Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2017. 16 с.

5. Рабей Н Р. Сутність вірусного маркетингу як одного із популярних інструментів інтернет-маркетингу сьогодення. *Development of modern technologies and scientific potential of the world*: збірник наукових праць «ЛОГОΣ» з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Лондон, 29 липня 2019 р. Лондон, 2019. Т. 1. С. 62-65. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3492188>.

6. Топ-10 трендів інтернет-маркетингу в 2019 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-trendov-internet-marketinga/> (дата звернення: 10.08.2019).