

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Одеський національний технологічний університет**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Технології Digital маркетингу**

Обов'язкова навчальна дисципліна

Мова навчання – українська

Освітньо-професійна (наукова) програма Маркетинг

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління та адміністрування

Ступінь вищої освіти магістр

Розглянуто, схвалено та затверджено  
Методичною радою університету

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету

РОЗРОБНИК (розробники): Мільчева В.В. старший викладач, PhD

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «01» червня 2022 р. № 11

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Володимир ЛАГОДІЄНКО  
(підпис)

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальності 075 Маркетинг та 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність галузі знань 07 Управління та адміністрування

Голова ради \_\_\_\_\_ Марина МАРДАР  
(підпис)

Гарант освітньої програми «Маркетинг» \_\_\_\_\_ Володимир ЛАГОДІЄНКО  
(підпис)

Розглянуто та схвалено Методичною радою університету

Протокол від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. №\_\_

Секретар Методичної ради університету \_\_\_\_\_ Валерій МУРАХОВСЬКИЙ  
(підпис)

## ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка.....	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни .....	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти.....	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки.....	5
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС.....	5
2	Зміст дисципліни:.....	6
2.1	Програма змістових модулів.....	6
2.2	Перелік лабораторних робіт.....	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи.....	6
3	Критерії оцінювання результатів навчання.....	7
4	Інформаційне забезпечення.....	7

## **1. Пояснювальна записка**

### **1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

Метою викладання дисципліни «Технології Digital маркетингу» є формування у здобувачів системи теоретичних знань та практичних вмінь у сфері цифрового маркетингу.

Основні завдання вивчення дисципліни «Технології Digital маркетингу», що мають бути вирішені у процесі її викладання:

- ознайомлення з поняттям «цифрового маркетингу» та визначення його значення та ролі в системі комплексу маркетингу;
- вивчення основних понять Digital маркетингу;
- вивчення основних інструментів Digital маркетингу;
- вивчення моделей цифрових комунікацій.

В результаті вивчення курсу «Технології Digital маркетингу» здобувачі повинні

#### **знати:**

- основні сучасні концепції маркетингу, їх загальні характеристики;
- сучасні напрямки розвитку комплексу маркетингу;
- основні види маркетингових комунікацій, їх взаємозв'язок, тенденції розвитку комерційного і соціального маркетингу;
- маркетингові функції Інтернет-сайтів та характеристику їх основних видів;
- підходи, методи, алгоритми та інструменти оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств в глобальній мережі.

#### **вміти:**

- узагальнювати, систематизувати та оцінювати маркетингову інформацію;
- обирати оптимальні маркетингові інструменти та проводити маркетингові дослідження в мережі Інтернет;
- володіти системним та процесним підходами до організації маркетингової діяльності в мережі Інтернет;
- володіти методологією розрахунку показників ефективності цифрового маркетингу.

### **1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти**

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Технології Digital маркетингу» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг](#) та [освітньо-професійній програмі «Маркетинг»](#) підготовки магістрів.

#### ***Загальні компетентності:***

**ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:**

- СК1.** Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- СК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- СК12.** Здатність розробляти та втілювати сучасні рекламні продукти в мережі Інтернет, аналізувати та оцінювати їх ефективність.

**Програмні результати навчання:**

- ПРН1.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- ПРН15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- ПРН18.** Впроваджувати у маркетингову діяльність ринкового суб'єкту рекламні технології, засновані та технологіях Інтернету.

**1.3. Міждисциплінарні зв'язки**

Попередні – цифрові технології в рекламі та ПР, організація ведення блогу, маркетинг соціальних мереж; послідовні – рекламний менеджмент.

**1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС**

Кількість кредитів ECTS – 3, годин – 90.

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	30	14	-	16
заочна	10	4	-	6
Самостійна робота, годин	Денна - 60		Заочна - 80	

## 2. Зміст навчальної дисципліни

### 2.1. Програма змістовних модулів

#### Змістовий модуль 1: Технології Digital маркетингу

№ теми	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Стратегія та планування Digital маркетингу. Контент-план.	2	1
2.	Е-mail маркетинг.	1	
3.	Search Engine Optimization (SEO).	2	1
4.	Контекстна реклама (PPC).	2	
5.	Social Media Marketing (SMM).	1	
6.	Таргетована реклама.	2	
7.	Digital Display Advertising. Медійна реклама.	2	1
8.	Web Analytics.	2	1
	<b>Разом з дисципліни</b>	<b>14</b>	<b>4</b>

### 2.2. Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва лабораторної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Стратегія та планування Digital маркетингу. Контент-план.	2	
2.	Е-mail маркетинг.	2	2
3.	Search Engine Optimization (SEO).	2	
4.	Контекстна реклама (PPC).	2	
5.	Social Media Marketing (SMM).	2	
6.	Таргетована реклама.	2	
7.	Digital Display Advertising. Медійна реклама.	2	2
8.	Web Analytics.	2	2
	<b>Всього</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

### 2.3. Перелік завдань до самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Стратегія та планування Digital маркетингу. Контент-план.	10	14
2.	Е-mail маркетинг.	6	8
3.	Search Engine Optimization (SEO).	8	10
4.	Контекстна реклама (PPC).	8	10
5.	Social Media Marketing (SMM).	5	8
6.	Таргетована реклама.	5	8
7.	Digital Display Advertising. Медійна реклама.	10	12
8.	Web Analytics.	8	10
	<b>Всього</b>	<b>60</b>	<b>80</b>

### 3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік

Нарахування балів за виконання змістового модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	<i>min</i>	<i>max</i>	К-ть робіт	Сумарні бали		К-ть робіт	Сумарні бали	
<i>min</i>				<i>max</i>	<i>min</i>		<i>max</i>	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Змістовий модуль 1. Технології Digital маркетингу</b>								
Робота на лекціях	1	2	5	5	10	1	1	2
Виконання практичних робіт	3	4	5	15	20	1	3	4
Підготовка до практичних занять	1	2	5	5	10	1	1	2
Виконання індивідуальних завдань	1,4/4,2	2/6,8	5	5	10	5	21	34
Проміжна сума	x	x	x	30	50	x	30	50
Поточний контроль (тестовий)	30	50	x	30	50	x	30	50
Оцінка за змістовий модуль				<b>60</b>	<b>100</b>		<b>60</b>	<b>100</b>

### 4. Інформаційні ресурси

#### Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] : кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис. ISBN 978-617-77-68-22-6 <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHT.1626597>

2. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая. — Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 184 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 176-180. ISBN 978-966-289-292-5

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHT-cnv.BibRecord.166974>

3. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. Ч. 2 / Н. Р. Кордзая. — Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 164 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 158-161. ISBN 978-966-289-209-3

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHT-cnv.BibRecord.164521>

4. Інтернет-маркетинг [Текст] : навч. посіб. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук ; Одес. держ. екон. ун-т. — Київ : ЦУЛ, 2008. — 184 с. : іл. ISBN 978-966-364-676-3

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONANT-cnV.BibRecord.34565>