



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Технології Digital маркетингу»

(назва навчальної дисципліни)

**Ступінь вищої освіти:** Магістр

**Спеціальність:** 075 «Маркетинг»

**Освітньо-професійна програма:** Маркетинг

**Викладач:** Мільчева В.В., PhD, старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

**Кафедра:** Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-80

**Профайл викладача:**

**Контактна інформація:**

тел: 048-712-4180

e-mail: milchewa.v@gmail.com

### 1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 1 курсі у 2 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 1 курсі у 1 семестрі.

Кількість кредитів – 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	

**Розклад занять**

### 2. Анотація навчальної дисципліни

Цифровізація всіх аспектів сучасного життя суттєво впливає на зміну структури ринків, моделей поведінки споживачів та суттєву зміну бізнесових процесів, особливо в сфері маркетингової діяльності. Саме тому дисципліна «Технології Digital маркетингу» є однією з ключових задля формування теоретичних знань та практичних навичок роботи в умовах швидкоплинних змін ринкового середовища, що дає змогу сформуванню компетенцій, що є критично необхідними в умовах сучасного стану економічного розвитку.

В рамках вивчення дисципліни особлива увага приділяється розгляду сучасних тенденцій в розвитку цифрових технологій та інструментів маркетингової діяльності, сучасним теоретичним моделям та підходам, що пропонуються українськими та міжнародними фахівцями та ознайомленню з успішними прикладами впровадження таких інструментів в практичну діяльність підприємств як споживчого, так і промислового секторів.

### 3. Мета 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.

#### **4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною**

#### **5. Зміст навчальної дисципліни**

#### **6. Система оцінювання та вимоги**

**Види контролю:** поточний, підсумковий – диф. залік.

**Нарахування балів**

**Інформаційні ресурси**

#### **7. Політика навчальної дисципліни**

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Вікторія МІЛЬЧЕВА

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО