



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Цифровий маркетинг»

Рівень вищої освіти:	<u>другий (магістерський)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>«Маркетинг»</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2023-2024 н.р., семестр 2</u>
Курс (рік навчання)	<u>1 (1)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>3,5</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Ольга Семенда
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	olga-semenda@ukr.net
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1685

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	надання здобувачам необхідних маркетингових знань щодо просування в мережі «Інтернет», моделювання ситуацій та окремих завдань зі стратегічного планування й управління Інтернет-бізнесом
Завдання курсу	розгляд теоретичних і прикладних питань, зокрема історія виникнення Інтернет-бізнесу, його основні складові, види та їх особливості, бізнес-моделі, особливості створення бізнесу в Інтернет-середовищі й здійснення Інтернет-маркетингу, проектування вебресурсу та його просування, вивчення сучасних аспектів маркетингу в цифровому середовищі, послідовність розроблення вебресурсу і його подальшу внутрішню й зовнішню оптимізацію, розгляд основних інструментів Інтернет-маркетингу для просування товарів та послуг
Компетентності	<i>загальні:</i> – здатність генерувати нові ідеї (креативність); – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. <i>фахові:</i> – здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
Програмні результати навчання	– знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу; – вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; – використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу; – збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)
<i>Змістовний модуль 1.</i>				
Тема 1. Історія Інтернет-бізнесу	2/2	Сутність та історія розвитку Інтернету. Поняття інтернет-бізнесу та його еволюція. Основні цілі створення бізнесу в мережі «Інтернет». Місце цифрового маркетингу в структурі сучасного маркетингу.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	6
Тема 2. Основні поняття Інтернет-бізнесу	4/2	«Громадянин Інтернету»: відмітні характеристики та роль в електронному середовищі. Складові електронного бізнесу. Важливі терміни зі сфери електронного бізнесу. Успішні приклади електронного бізнесу в Україні й за кордоном	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	6
Тема 3. Види Інтернет-бізнесу	4/4	Класифікація електронного бізнесу. Особливості діяльності торговельних майданчиків у середовищі Інтернет. Сутність системи електронних торгів. Електронні фінансові послуги. Діяльність інтернет-магазинів. Інформаційний бізнес в Інтернеті. Соціальні мережі. Блогінг. Афілейт-маркетинг. Інноваційні види електронного бізнесу.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Тема 4. Бізнес-моделі в Інтернет-середовищі	4/4	Цифрова трансформація бізнесу. Бізнес-моделі в електронній сфері. Моделі електронної комерції в Україні. Види монетизації інтернет-ресурсів. Моделі ціноутворення у сфері інтернет-бізнесу. Бізнес і SMM/SMO.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Модульний контроль			Тестування в системі електронного забезпечення навчання в	20

			Moodle	
<i>Змістовий модуль 2.</i>				
Тема 5. Контент-маркетинг	4/4	Сутність контент-маркетингу. Етапи реалізації контент-маркетингу. Типи контенту: цільові орієнтири та формати подання інформації.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Тема 6. Просування та особливості SMM в Facebook, Instagram і Youtube	4/4	Інтерактивні пости. Використання хештегів. Вірусний контент	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Тема 7. Просування в месенджерах Viber і Telegram	4/4	Відмінності між особистим профілем, групою і публічної сторінкою. Орієнтування. Особливості письмового спілкування у режимі live в месенджерах.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Тема 8. Управління діловою репуацією і оцінка ефективності SMM кампанії	4/4	Формування позитивного іміджу в social media. Основні інструменти для роботи з відгуками. Аналіз поведінки передплатників, налаштування цілей, автоматизований постиг.	Опрацювання лекційного матеріалу та питань для самостійного вивчення. Виконання завдань практичного заняття, наведених в методичних матеріалах	8
Модульний контроль			Тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	20
Всього за 1 семестр	30/28			100
Всього за курс	30/28			100

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни здобувач може набрати максимально 100 балів.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

Види роботи	Змістовний модуль 1				МК1	Змістовний модуль 2				МК 2	Сума
	T1	T2	T3	T4		T5	T6	T7	T8		
активність на практичних заняттях	4	4	6	6		6	6	6	6		
виконання с.р.	2	2	2	2		2	2	2	2		
Разом	6	6	8	8	20	8	8	8	8	20	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Рекомендована література

- 5 видів контенту для соцмереж. Проект «CEO Майстерня» в соцмережах URL: <https://infostore.in.ua/2019/01/27/5-vidiv-kontentu-dlya-sotsmerezhh/>.
- 6 всевітньо відомих ІТ-компаній створених в Україні. Uamodna. URL: <https://uamodna.com/articles/6-vseshvitnjo-vidomyh-it-kompaniy-stvorenyh-v-ukrayini/>.
- Digital Transformation of Ukraine. Vision 2025. URL: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/digital-transformation-2019.pdf.
- E-business // IBM. URL: <https://www.ibm.com/ibm/history/ibm100/us/en/icons/ebusiness/transform>.
- Made in Ukraine. Українські стартапи, які стали відомі на весь світ. Lemarbet. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/made-in-ukraine-ukrainskie-startapy/>.
- Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197
- Sanakuiev, M., Mykhalchenko H., Semenda, O., & Vdovichena, O. (2023). Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. Futurity Economics&Law, 3(1), 16–27. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02>
- SMM handbook. SMM Planer Blog. URL: <https://smmplanner.com/blog/tag/smm-handbook/>.
- Termin.in.ua. URL: <https://termin.in.ua/url/>.
- Trachuk Tetiana, Vdovichena Olga, Andriushchenko Mariia, Semenda Olha, Pashkevych Maryna Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, VOL.21 No.4, April 2021. P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>
- Zrybnieva, I., Larina K., Semenda, O. (2023). Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. Futurity Economics&Law, 3(2). 150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10>
- Детальніше про торгові марки (товарні знаки) в Україні. URL: https://www.msp-patent.com.ua/ua/torgovuje_marki.html.
- Доменна система імен в Інтернеті URL: <https://trebasoft.com.ua/доменна-система-імен-в-інтернеті.html>.
- Доменні імена. URL: <https://www.ua5.org/domains/414-domenni-imena.html>.
- Дослідження інтернет-аудиторії. URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet->

audytoriyi.

16. Електронний бізнес // Discovered. URL: <https://discovered.com.ua/glossary/elektronnyj-biznes/>.
17. Емодзі. URL: <https://termin.in.ua/emodzi-emoji/>.
18. Євсейцева О., Люльчак З., Семенда О., Ярвіс М., & Пономаренко І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 1(42), 361–370. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.1.42.2022.3723>
19. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015р. № 675-VIII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. 2015. № 45, ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
20. Закон України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015р. № 922-VIII зі змінами та доповненнями від 14.11.2019р. // Відомості Верховної Ради. 2016. № 9, ст. 89. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19>.
21. Зовнішня оптимізація. URL: https://cityhost.ua/uk/blog/vneshnyaya_optimizaciya/.
22. Індексція сайту. URL: <https://webometr.kpi.ua/gi>.
23. Інтернет-торгівля: бізнес у стилі web. Київ: ТОВ «Редакція газети «Все про бухгалтерський облік». 2018. 168 с.
24. Кеннеді Д., Уелш-Філліпс К. Жорсткий SMM. Вичавити з соцмереж максимум. Київ: Альпіна Паблішер, 2018. 344 с.
25. Комплексне просування сайту. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/kompleksnoe-prodvizhenie-sajta/>.
26. Короткий словник термінів інтернет-маркетингу для власників бізнесу. URL: <https://ag.marketing/slovník-terminiv-internet-marketingu/>.
27. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКС. 2018. 208 с.
28. Лебединець К. Використання маркетингової моделі AIDA в просуванні продуктів інтернет-банку. URL: <https://dom.fem.sumdu.edu.ua/uk/proekty>.
29. Летуновська Н.Є., Хоменко Л.М., Люльов О.В. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник. Суми: Сумський державний університет. 2021. 259 с.
30. Мудра І. Веб-аналітика як важлива складова успішного функціонування ЗМІ в Інтернеті. *Журналістські науки*. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16176/mudra.pdf>.
31. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>.
32. Офіційний сайт Preply. URL: <https://preply.com/ua>.
33. Офіційний сайт порталу «Address.ua». URL: <https://address.ua/>.
34. Офіційний сайт порталу «TicketForIvent». URL: <https://ticketforevent.com>.
35. Платіжна система «UnionPay» починає роботу в Україні. URL: <https://business.ua/news/4351-platizhna-systema-unionpay-pochynaie-robotu-v-ukraini-na-cher-zi-jcb>.
36. Поняття, структура та різновиди веб-сайтів. URL: <https://ppt-online.org/142608>.
37. Семантичне ядро. Як зібрати та впорядкувати семантику для сайту або інтернет-магазину? URL: <https://lanet.click/seo/semantic-core/>.
38. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. *Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences*. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006
39. Семенда Д.К., Семенда О.В. Інтернет-торгівля як елемент сучасної електронної комерції в Україні. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research*, January 19–21, 2021, Berlin, Germany. 1102 p. 430-433pp. DOI: 10.46299/ISG.2021.I.I
40. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. *Інфраструктура ринку*. №1 (51). 2021. С.208-212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33>
41. Семенда О.В. Вплив цифрового маркетингу на поведінку споживачів. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference*, Oxford, June 23, 2023. P.39-41. DOI 10.36074/logos-23.06.2023.09

42. Семенда О.В. Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. *«Věda a perspektivy»*. №1(8). 2022. С. 60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)
43. Семенда О.В. Мобільна комерція: основні аспекти. *Scientific Collection «InterConf»*, (108): with the Proceedings of the 5 th International Scientific and Practical Conference «Experimental and Theoretical Research in Modern Science» (May 16-18, 2022). Kishinev, Moldova: Giperion Editura, 2022. 303 p. P.30-34. Available at: <https://interconf.top/documents/2022.05.16-18.pdf>
44. Семенда О.В. Особливості понять електронної комерції та електронного маркетингу. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції до 100-річчя Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. м. Черкаси, 27 травня 2021 року. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2021. 344с. с.294-296. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7838>
45. Семенда О.В. Поведінка споживачів в digital-середовищі. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин, матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції*. 26 травня 2022р. Умань: 2022. 221с. С.67-69. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9207>
46. Семенда О.В. Розрахунок вартості залучення клієнтів через соціальні мережі. *Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики»*, 25 жовтня 2021р. Умань: УНУС, 2021. 321с. С.250-252. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/8390>
47. Семенда О.В., Вдовічена О.Г., Кохан М.О. Маркетингові інновації в умовах глобальної кризи викликаною пандемією коронавірусу. *Наукові перспективи*. №1 (7) 2021. С.356-369. DOI:10.32689/2708-7530-2021-1(7)- 356-369
48. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. *Ефективна економіка*. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>
49. Семенда О.В., Корман І.І. Роль digital-маркетингу для розвитку підприємництва. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку* [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конференції. К.: КНЕУ, 2023. 478с. С.305-309
50. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолинний Д.С. Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. №4(31). 2021. С.73-77. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>
51. Словник термінів фондового ринку. URL: <https://svitinvest.com.ua/navchannya/slovník-terminiv/>.
52. Стебліна В. Як розвивався Інтернет в Україні впродовж 26 років незалежності. Токар.ua. URL: <https://tokar.ua/read/19365>.
53. Стратегія розвитку «Індустрія 4.0». Асоціація підприємств промислової автоматизації України. 2019. 78с. URL: <https://mautic.appau.org.ua/asset/42:strategia-rozvitku-4-0-v3pdf>.
54. Структура IP-адреси та IP-адресація. URL: <https://vseosvita.ua/library/struktura-ir-adresi-ta-ir-adresa-cia-45862.html>.
55. ТОП-10 найприбутковіших сайтів світу URL: <https://marketer.ua/ua/top-10-most-profitable-sites-in-the-world/>.
56. ТОП-25 найпопулярніших в Україні сайтів URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455506-top25-najpopularnisih-v-ukraini-sajtiv.html>.
57. Трафік. iGroup. URL: <https://igroup.com.ua/seo-articles/trafik/>.
58. УАнет. Вікіпедія/ URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/УАнет>.
59. Українські ІТ-стартапи: п'ять історій успіху. DW.COM. URL: <https://www.dw.com/uk/українські-іт-стартапи-пять-історій-успіху/a-50847383>.
60. Усатенко Т.М. Основи Інтернет: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет. 2006. 168 с.
61. Швець М. Що таке інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування. URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html#h3->

instrumenty-onlain-marketynhu-iaki-dovely-svoiu-efektyvnist-dlia-zaluchennia-kliientiv-v-internet-biznes.

62. Шевченко А. Відкриваємо інтернет-магазин: крок за кроком. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-hozyajstvennye-operacii-9-otkryvaem-internet-magazin-shag-za-shagom>.

63. Що таке дзеркало сайту і як його правильно налаштувати URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/chto-takoe-zerkalo-sayta-i-kak-ego-pravilno-nastroit.html>.

64. Що таке домен? URL: <https://hostiq.ua/ukr/info/what-is-domain/>.

65. Що таке кіберспорт та як ця культура розвинена в Україні? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29189982.html>.

Інформаційні ресурси:

1. 45 основних термінів в SMM-просування. URL: <http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/>

2. 5 правил ведення бізнесу в соціальних мережах на прикладі Facebook. URL: <http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-v-socialnyh-setyah-na-primerefacebook/>

3. 6 Facebook-метрик, які необхідно відстежувати. URL: <https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotorye-neobkhodimo-otslezhivat/>

4. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради. URL: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analitu-ky-v-instagram-metrykuyinstrumenty-porady.html>

5. Соціальні мережі для ведення і просування бізнесу. URL: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>

6. Статистика Інстаграм: 5 метрик для просування аккаунта в 2019. URL: <https://rusability.ru/internet-marketing/statistika-instagram-5-metrik-dlya-prodvizheniyaakkaunta-v-2019/>

7. Сценарії поведінки бізнесу в соціальних мережах. URL: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/>

8. ТОП-4 перевірених методу заробітку в соціальних мережах. URL: <https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotoryevam-po-plechu/>.

9. Як оцінити ефективність реклами в Instagram: ТОП 3 показника + 5 способів. URL: <https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagrama/>

10. Як побудувати SMM-стратегію: покроковий план просування в соціальних мережах. URL: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovuyu-planprodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>

11. Як провести аналітику Instagram-аккаунта? URL: <https://supa.ru/blog/posts/kakproviesti-analitiku-instagram-akkaunta>

12. Як скласти контент-план на рік. URL: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavitkонтent-plan-na-god/>