



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонент освітньої програми – обов'язковий (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Венгер Євгеній Іванович, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/venher-yevhen-ivanovych/
Контактний тел.	+380505813889
E-mail:	e.venger@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3573
Консультації	вівторок з 14:00 до 16:00, онлайн-консультації – за домовленістю

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Навчальна дисципліна «Цифровий маркетинг» є обов'язковим компонентом освітньої програми «Маркетинг» для підготовки магістрів з маркетингу. Він поглиблює бакалаврську підготовку з цифрових каналів і спрямований на обґрунтування маркетингових рішень, інтеграцію даних, автоматизацію взаємодії з клієнтами та відповідальне застосування штучного інтелекту. Базові поняття актуалізуються стисло; основний акцент зроблено на дослідженні пошукової видимості бренду, оцінюванні результативності кампаній, проєктуванні експериментів і комплексної digital-стратегії. Мобільний досвід розглядається наскрізно в межах пошуку, соціальних медіа, комунікацій та аналітики. Навчання ґрунтується на практичних кейсах, відкритих джерелах і навчальних даних.

Дисципліна виконує інтегруючу роль у професійній підготовці магістра з маркетингу: вона поєднує стратегічний, аналітичний і технологічний виміри цифрового маркетингу, спираючись на компетентності, здобуті на бакалаврському рівні, і розвиває їх до рівня самостійного ухвалення обґрунтованих управлінських рішень в умовах невизначеності цифрового середовища. Курс формує здатність критично оцінювати ефективність цифрових каналів, інтегрувати дані з різних джерел та відповідально застосовувати інструменти автоматизації і штучного інтелекту в маркетинговій діяльності ринкового суб'єкта.

Освітній компонент «Цифровий маркетинг» є обов'язковою складовою першого семестру освітньої програми і вивчається одночасно з іншими профільними дисциплінами циклу професійної підготовки магістра з маркетингу. Відповідно до структурно-логічної схеми освітньої програми результати навчання цієї дисципліни закладають основу для дисциплін наступних семестрів, виробничої практики та кваліфікаційної роботи.

Метою освітньої компоненти «Цифровий маркетинг» є формування здатності розробляти й обґрунтовувати комплексні цифрові маркетингові стратегії залучення та утримання клієнтів, узгоджувати канали й дані, оцінювати результативність маркетингових рішень та доцільність автоматизації і застосування ШІ з урахуванням бізнес-цілей, ресурсних обмежень, етики й ризиків.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1.	Основні аспекти цифрового маркетингу
Тема 2.	SEO та GEO у забезпеченні пошукової видимості бренду
Тема 3.	Форми, методи та особливості налаштування контекстної реклами
Тема 4.	Просування за допомогою соціальних медіа
Тема 5.	Маркетингова автоматизація та персоналізація клієнтського досвіду
Тема 6.	Технології медійної реклами
Тема 7.	Маркетингова аналітика та управління даними
Тема 8.	Стратегія і планування в digital

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Проектні завдання: розробка цифрової стратегії просування бренду (індивідуальні та командні).

Самостійна робота: виконання індивідуальних завдань (наприклад, SEO-аудит сайту, аналіз контенту конкурентів).

Пітчінг і захист ідей: презентація digital-стратегії перед викладачами, студентами або стейкхолдерами.

Творчі завдання: створення контенту (пости, рілз, email-кампанії, рекламні макети) для реальних чи навчальних проєктів.

Словесні методи: лекція, дискусія, бесіда, консультація (з активним використанням мультимедійних засобів, інтерактивних презентацій).

Кейс-метод: розбір реальних digital-кампаній (SEO, PPC, SMM, e-mail маркетинг), аналіз

Ділові ігри та маркетингові симуляції: моделювання запуску рекламної кампанії у Google

Методи візуалізації результатів: інфографіка, дашборди Google Analytics, візуалізація даних у Looker Studio.

Робота з інформаційними ресурсами та інструментами: Google Trends, SimilarWeb, Ahrefs, Google Analytics, CRM-системи.

Вивчення практик: аналіз українських і міжнародних digital-кампаній (успішні кейси в e-commerce, стартапах).

Інтерактивні технології: використання онлайн-платформ (Moodle, Google Classroom), інтерактивних тестів, віртуальних тренажерів.

Неформальна освіта: проходження онлайн-курсів (Google Skillshop, HubSpot Academy, Meta Blueprint) та інтеграція їхніх сертифікатів у навчальний процес.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

Презентація самостійних робіт: результати SEO-аудиту, аналітичні звіти, дослідження digital-ринку.

Оцінювання бізнес-кейсів: обґрунтування вибору каналів просування, медіапланів, інструментів комунікації.

Оцінка письмових робіт: аналітичні звіти, реферати, есе з аналізу digital-стратегій.

Оцінювання креативних проєктів: рекламні кампанії у соціальних мережах, e-mail розсилки, прототипи мобільних додатків.

Тестування: тести з SEO, PPC, SMM, аналітики, маркетингових технологій.

Оцінювання ділових ігор/симуляцій: наприклад, симуляція запуску кампанії у Google Ads з аналізом CTR, CPC, ROI.

Командні проєкти: розробка комплексної digital-стратегії або плану інтегрованих комунікацій.

Захист власного маркетингового кейсу: на основі реальних даних локальних чи міжнародних компаній.

Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу: розроблених digital-кампаній перед стейкхолдерами.

Самооцінювання та рефлексія: SWOT-аналіз власних digital-навичок, анкетування.

Зарахування результатів неформальної освіти: підтвердження сертифікатів Google, HubSpot, Meta як частина індивідуального портфоліо.

Практичні завдання у реальних чи змодельованих умовах: наприклад, створення медіаплану з розрахунком бюджету.

Підсумковий контроль - екзамен.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS). За семестр студент може отримати максимум 60 балів. Підсумковий контроль - екзамен в усній формі з максимальною оцінкою 40 балів. Питання та завдання охоплюють програму освітньої компоненти і передбачають визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni->

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ *можуть визначатися* викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Ahrefs Blog – Статті та поради з SEO, лінкбیلдінгу, контенту та пошукової оптимізації. URL: <https://ahrefs.com/blog>
2. Buffer Blog – Поради з управління соціальними мережами та стратегій контенту для залучення аудиторії. URL: <https://buffer.com/resources>
3. CASES (Cases.media) - Платформа та соцмережа креативних індустрій, реальні кейси українських агенцій, аналітика та тренди. URL: <https://cases.media>
4. Meta Blueprint – Курси з реклами у Facebook, Instagram та Messenger для маркетологів. URL: <https://www.facebookblueprint.com/>
5. Google Analytics Academy – Курси з аналітики, що допомагають вимірювати ефективність цифрового маркетингу. URL: <https://skillshop.withgoogle.com/>
6. Hootsuite Blog – Матеріали для роботи з соціальними мережами, стратегії просування та аналітики. URL: <https://blog.hootsuite.com>
7. HubSpot Academy – Курси з контент-маркетингу, соціальних мереж, SEO та CRM для маркетологів. URL: <https://academy.hubspot.com>
8. IAB Ukraine - Офіційні дослідження, аналітичні звіти щодо обсягів ринку digital-реклами та стандарти індустрії в Україні. URL: <https://iab.com.ua>
9. MarketingProfs – Навчальні матеріали та курси з цифрового маркетингу для професіоналів. URL: <https://www.marketingprofs.com>
10. Semrush Academy – Навчальні матеріали з SEO, контент-маркетингу, PPC та інших цифрових інструментів. URL: <https://www.semrush.com/academy/>
11. Think with Google – Аналітичні звіти та поради від Google на тему цифрового маркетингу і поведінки споживачів. URL: <https://business.google.com/think/>
12. Webpromoeexperts Blog - Статті, практичні кейси та навчальні матеріали з SEO, PPC, SMM і цифрового маркетингу в Україні. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/>

ПОКЛИКАННЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

<https://drive.google.com/drive/folders/1fopMWHGDyR2s1C5Nlfr89e8-Jf5LcfIZ>