

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

### «Цифрові технології в управлінні маркетингом»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Іваннікова Марина Миколаївна**  
к.е.н., доцент  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

#### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Метою дисципліни є оволодіння практичними навичками ведення маркетингової діяльності з використанням сучасних програмних продуктів.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів, разом 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота студентів 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; проектні завдання; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань із маркетингових та інформаційно-комунікаційних дисциплін.
<b>Мова викладання</b>	Українська

#### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та	ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей)

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<p>комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>

### **Тематичний план навчальної дисципліни**

<b>Назва теми</b>	<b>Види робіт</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>
<b>Модуль 1. Веб-ресурси в управлінні маркетингом</b>		
Тема 1. Стратегії та моделі присутності брендів в мережі Інтернет	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Складання бренд-буку. Стратегії просування бізнесу в мережі Інтернет.
Тема 2. Веб-ресурси для візуалізації бренду.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Робота із ресурсами Logo Creation, Creative Mailing, Color Identification
Тема 3. Веб-ресурси для продажів та побудови взаємовідносин з клієнтами.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	HubSpot, Leadfeeder, Бітрікс24, Ahrefs
Тема 4. Використання веб-ресурсів у маркетинговому плануванні.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Before After Image Slider WP, Miro, Monday
<b>Модуль 2. Цифрові маркетингові продукти</b>		
Тема 5. Робота у Project Expert	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Аналіз та оцінка проектів за допомогою програмного продукту Project Expert
Тема 6. Використання Marketing Expert	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Побудова плану маркетингу з використанням програмного продукту
Тема 7. Формування прихильності споживачів на основі побудови споживчого досвіду	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Розробка Customer Journey Map

### Інформаційні джерела

1. Ivannikova M.M. Components of communication strategy for consumer's decision making process / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Marketing of innovations. Innovations in marketing (2020). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2020). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] - С. 36-39. Режим доступу: [http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/10012/1/Marketing\\_innovations\\_2020\\_WSEH\\_%20%281%29.pdf](http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/123456789/10012/1/Marketing_innovations_2020_WSEH_%20%281%29.pdf)
2. Ivannikova M.M. Digital marketing technologies for small and medium enterprises / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник НТУУ "КПІ". - Київ, 2021. - № 18. <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/233926>
3. Karpenko N.V. The influence of the consumer's type - physical or digital - on their behavioral characteristics / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2020, № 2(20). - с. 113-118. ISSN 2415-3974. [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10019/1/Karpenko\\_Ivannikova.pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10019/1/Karpenko_Ivannikova.pdf)
4. Kravchenko, T., Oladokun, O. S. (2021). ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ТА ТЕХНІК ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ СТАЛОГО БІЗНЕСУ. Вчені записки Університету «КРОК», (4(64), 114–119. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-64-114-119> Режим доступу: <https://bit.ly/382DJyc>
5. Іваннікова М.М. The role of social media marketing in promoting small and medium business / М.М. Іваннікова, Бодам Богнет Сімон // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. - Полтава, 2020. - № 4 (100). - pp. 59-63. <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1798/1854>
6. Іваннікова М.М. Сучасний цифровий споживач та його особливості / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: тези доповідей XV міжнар. наук.-практ. конф. (26-28 листоп. 2020 р., м. Хмельницький). - Хмельницький: ХНУ, 2020. - С. 69-71. ISBN 978-966-330-381-9 [https://er.chdту.edu.ua/bitstream/ChSTU/2295/1/mark\\_teh.pdf#page=69](https://er.chdту.edu.ua/bitstream/ChSTU/2295/1/mark_teh.pdf#page=69)
7. Карпенко Н.В., Іваннікова М.М. Технології цифрового маркетингу для малих та середніх підприємств. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут», № 18 (2021). Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/233926>
8. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами / О.Ю. Белікова, І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Ю.В. Ніколаєва // Вісник економічної науки України. — 2020. — № 2 (39). — С. 133-138.

### Електронні ресурси

1. Before After Image Slider WP <https://wordpress.org/plugins/before-after-image-slider/>
2. Project Organization and Control <https://miro.com/>
3. Agile Project <https://monday.com/>
4. Logo Creation <https://logotypemaker.com/>
5. Creative Mailing <https://stripo.email/?fpr=yuriy90>
6. Color Identification <https://www.color-hex.com/>
7. HubSpot <https://www.hubspot.com/>
8. Lead feeder <https://www.leadfeeder.com/>
9. Ahrefs <https://ahrefs.com/>
10. Customer Journey Map <https://canvanizer.com/>

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office, соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, мобільні додатки, месенджери Telegram, Viber.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» ([http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_akademichnu\\_dobrochesnist\\_2020.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf)); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
  - Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни