

Силабус курсу

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма:
Маркетинг

Рік навчання: IV, Семестр: 8

Керівник курсу



д.е.н., проф. Борисова Тетяна Михайлівна

Сертифікати:

- «Web marketing» в ІТ-академії «Logos» (Львів);
- «SEO-specialist» в ІТ-компанії «Wise solutions» (Тернопіль);
- «Women in IT» в ГО «IT-cluster» (Тернопіль);
- «Digital Marketing» в Digital Marketing Institute (Ірландія, філія у м.Київ);
- «Журналістика» в «Вільна освітня платформа», (м.Київ);
- «Маркетинг» в «Вільна освітня платформа», (м.Київ).

Викладач курсів з Інтернет-маркетингу ЗУНУ;
Консультант з питань маркетингу у громадській організації «Відродження нації»;
Аналітик Всеукраїнської коаліції громадських організацій з протидії торгівлі людьми.
Працювала керівником департаменту маркетингових досліджень в «Strategy Marketing Group» (Тернопіль);
Працювала маркетологом в ПП «Карат», «Меблі-Купе» (Тернопіль).

Контактна інформація

borisova.tanushka@gmail.com, +380961560900

Кафедра маркетингу в Інстаграм: <https://www.instagram.com/marketing.zunu>

Кафедра маркетингу в Фейсбук: <https://www.facebook.com/marketing.tneu.edu.ua>

YouTube канал: Кафедра Маркетингу ЗУНУ [goo.gl/91Wj4y](https://www.youtube.com/channel/UCg0l91Wj4y)

Веб-сайт: www.marketing.wunu.edu.ua

Опис дисципліни

Дисципліна **“ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ”** - це курс з максимальним нахилом на практичне опрацювання матеріалу. Метою освоєння курсу є вивчення студентами теоретичних і прикладних підходів до оптимізації веб-сайту під ключові запити у пошуковій системі Google, просування у соціальних мережах, аналізу конкурентів в Інтернет, налаштування контекстної реклами та розсилок у email-маркетингу. Дисципліна орієнтує на відпрацювання практичних навичок із використання цифрових технологій у маркетингу. Навики, отримані під час вивчення дисципліни, дозволяють оптимізувати веб-сайт під пошукові системи, налаштувати розсилку електронних листів, скласти контент-план для соціальних мереж, розробити стратегію просування продукту або бренду у цифровому середовищі, сформувати цифрове ком'юніті, налаштувати контекстну рекламу.

Формат курсу

В межах курсу студенти отримують на кожному занятті прикладні навички із просування в мережі Інтернет. Використовують комп'ютери, гаджети, нейрообладнання на лекційних і практичних заняттях. Виконують великий обсяг прикладних індивідуальних і групових завдань самостійно

Формування soft skills

Аналіз та синтез. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів

Гнучкість мислення. Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування знань та компетентностей в широкому діапазоні можливих місць роботи та повсякденному житті. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

Робота в команді. Здатність виконувати практичні завдання в групі під керівництвом лідера; навички, що демонструють здатність до врахування умов завдання, планування та управління часом.

Ініціативність та дух підприємництва. Здатність проявляти ініціативу у прийнятті ефективних підприємницьких рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, виявлення та обґрунтування пріоритетних напрямків з організації власного бізнесу

Етичні установки. Дотримання етичних принципів як з погляду чесності в мережі Інтернет, так і з погляду розуміння можливого впливу досягнень професійної діяльності на соціальну сферу

Структура курсу

№	Тема, формат діяльності	Результати навчання	Завдання
1	1. Формування стратегії просування у цифровому середовищі <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Знати термінологію Інтернет та діджитал маркетингу ▪ Сформувати стратегію просування. ▪ Знати KPI для діджитал-маркетингу. ▪ Аналізувати основні фактори ефективності маркетингу в Інтернет. ▪ Знати типи контенту 	<i>Тести</i> <i>Питання</i> <i>Кейси</i> <i>Розробити</i> <i>стратегію</i>
2	2.Веб-аналітика <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти роль веб-аналітики в Інтернет-маркетингу. ▪ Вміти визначати конверсію ▪ Засвоїти інструменти веб-аналітики для покращення сайту . 	<i>Чек-лист для</i> <i>веб-</i> <i>аналітики</i>
3	3.Портрет цільової аудиторії. Формування аватару <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти будувати аватар цільових клієнтів. ▪ Обґрунтовувати критерії таргетування. ▪ Вміти сегментувати клієнтів в Інтернет 	<i>Задачі</i> <i>Кейси</i> <i>Нейродослі</i> <i>дження</i> <i>на</i> <i>спеціалізов</i> <i>аному</i> <i>обладнанні</i>
4	4.Формування контент-плану <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти розробляти текстовий контент, відеоконтент, подієвий контент. ▪ Здійснювати планування контенту 	<i>Скласти</i> <i>контент-</i> <i>план</i> <i>Розробити</i> <i>серію</i> <i>контенту</i> <i>для</i> <i>соцмережі</i>
5	5.Просування у соціальних мережах <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Опанувати інструменти просування у соціальних мережах. ▪ Прогнозувати ризики просування у соціальних мережах. ▪ Вміти аналізувати конкурентів у соціальних мережах. 	<i>Скласти</i> <i>чек-лист із</i> <i>просування</i> <i>у</i> <i>соціальних</i> <i>мережах</i>
6	6.Email-маркетинг <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти формувати базу для розсилок. ▪ Вміти налаштовувати автоматичну розсилку. ▪ Засвоїти типи регулярних розсилок і підходи до їхньої сегментації 	<i>Скласти</i> <i>чек-лист із</i> <i>email-</i> <i>маркетингу</i>

7	7.Просування сайтів в пошукових системах: основи і ключові поняття <i>Лекція F2F</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Знати термінологію пошукового маркетингу. ▪ Вміти скласти бриф для клієнта. ▪ Знати KPI для SEO. ▪ Аналізувати основні фактори ранжування Google та Yandex. 	Тести Питання Брифування клієнта
	<i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Знати відмінності у алгоритмах пошукових систем 	
8	8.Внутрішня оптимізація сайту <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти поняття контенту сайту ▪ Проводити аналіз контенту сайту ▪ Аналізувати https, robots.txt, sitemap.xml, позаструктурні елементи для пошукового маркетингу 	Кейси Провести технічний аудит сайту
9	9.Юзабіліті <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти поняття юзабіліті сайту. ▪ Проводити аналіз юзабіліті сайту ▪ Вміти зробити технічний аудит сайту ▪ Вміти виявити биті посилання, коди відповіді сторінок. ▪ Проаналізувати структуру сайту 	Провести аудит юзабіліті сайту
10	10.Семантичне ядро сайту <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти будувати семантичне ядро сайту ▪ Освоїти інструменти і методи захисту контенту від копіювання 	Скласти семантичне ядро сайту
11	11.Оптимізація сторінок сайту під ключові запити <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти обґрунтовувати технічне завдання на копірайт. ▪ Вміти оптимізувати сторінки сайту під пошукові запити (SEO-теги, тексти, картинки) 	Технічне завдання на копірайт
12	12.Link building <i>Лекція F2F</i> <i>Практичне заняття F2F</i> <i>Самостійна робота - online</i> <i>консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти принципи побудови посилкової маси і зовнішньої оптимізації сайту. ▪ Здійснювати аналіз типів посилань та типів перелінокки 	Вирішення прикладних кейсів на аналіз посилань і перелінокки сайтів

13	13.Зовнішня оптимізація сайту <i>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Вміти закривати сторінки сайту від індексації. ▪ Засвоїти методи нарощення авторитету сайту. ▪ Вміти розрахувати бюджет на посилання 	<i>Вирішення прикладних кейсів із закриття сторінок сайту, Завдання на нарощення авторитету сайту Завдання з розрахунку бюджету посилань</i>
14	14.Аналіз конкурентів в пошуковій видачі <i>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Аналізувати конкурентів в пошуковій видачі. ▪ Засвоїти методи діагностики конкурентних переваг. ▪ Оперувати основними сервісами та інструментами дослідження конкурентів у Інтернет 	<i>Вирішення прикладних кейсів з дослідження сервісів конкурентів</i>
15	15.Санкції і фільтри пошукових систем <i>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти принципи етичної та безпечної пошукової оптимізації. ▪ Вміти вийти з-під санкцій пошукових систем. ▪ Опанувати методикку та інструменти діагностування санкцій і фільтрів пошукових систем 	<i>Вирішення прикладних кейсів з діагностики санкцій і фільтрів пошукових систем</i>
16	16.Сутність, інструментарій контекстної реклами <i>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти сутність та види контекстної реклами, сервіси її налаштування. ▪ Вміти оцінити ефективність контекстної реклами ▪ Засвоїти принципи створення контекстної кампанії та оголошень, види ключових слів та мінус-слова 	<i>Розробка рекламного оголошення</i>
17	17. Офлайн-інструменти цифрового маркетингу <i>Лекція F2F Практичне заняття F2F Самостійна робота - online консультація</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Засвоїти особливості офлайн-інструментів: <ul style="list-style-type: none"> - цифрове телебачення, - інтерактивні екрани, - цифрові гаджети, - цифрове мистецтво, - цифрові ігри, - game маркетинг і гейміфікація 	<i>Вирішення прикладних кейсів із розробки офлайн інструментів цифрового маркетингу</i>
<i>КПІЗ індивідуальне завдання за вибраним студентом інструментом цифрового маркетингу із оптимізації сайту, або просування в мережі Інтернет</i>			

Для дисципліни використовується обладнання спеціалізованого кабінету кафедри маркетингу



Смартфон (власні кожного студента)
Ноутбук, персональні комп'ютери
Цифрова відеокамера (1)
Навушники (6)
Мікрофон
Диктофон
Монопод, штатив-селфі для смартфонів і екшн камер YUNTENG 9928 (4)
Стабілізатор Zhiyun Smooth 4 для телефона і екшн камер
Сферична екшн камера Самсунг (7)
Штатив Velbon EX 440
Фотобокс (5)

Призначено для зйомок відеореклами, відеоблогів, інтерв'ю та фотографій

Нейрообладнання

EEG для вимірювання електричної активності мозку респондента (2)
Eye-tracker - для дослідження групової та індивідуальної поведінки споживача (8)

Літературні джерела

1. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Ірїо». 2018. 160 с.
3. Каплунов Д. Нейромаркетинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2019. 352 с.

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних заходів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Критерії оцінювання: новизна ідей (10%), креативність (10%), манера подання інформації (10%), вміння працювати в команді (10%), точність подання фактів (10%), оперативність подання результатів (10%), повнота використання інструментів і методів цифрового маркетингу (40%)

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-8) - розв'язування прикладних завдань, кожне завдання по 5 балів, 40 балів Модульна письмова робота 60 балів	30
Модуль 2 (теми 9-17) - розв'язування прикладних завдань, кожне завдання по 5 балів, 45 балів Модульна письмова робота , 55 балів	40
Модуль 3 КПІЗ - індивідуальне завдання із розміщенням контенту в мережі Інтернет (платформа чи соціальні мережі на вибір студента) 80 балів Активність на тренінгу - 20 балів	30

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом