

ЗАТВЕРДЖЕНО на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол № 1 від 26.08.2022 р.

Розробник:

Дуб О.О. – викладач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Контактний телефон викладача	+38 (097) 967 34 06
e-mail	oleksandr.o.dub@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
Посилання на сайт УКД	https://ukd.edu.ua

**Лист оновлення та перезатвердження силябусу
навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри	Підпис гаранта освітньої програми
2022-2023	26.08.2022	№1		

ВСТУП

Мета: формування системи теоретичних знань і практичних навичок з цифрового маркетингу, просування бізнесу в онлайні, вивчення та створення цільової аудиторії для просування бізнесу онлайн-засобами.

Завдання: вивчення основних принципів та інструментарію цифрового маркетингу для просування та збільшення продажів бізнесу, вміння проводити комплексне онлайн-просування бізнесу через засоби та інструменти цифрового маркетингу із початковим аналізом та вивченням цільової аудиторії, складання портретів цієї аудиторії, та підбір майданчиків та інструментів для реалізації поставленої задачі щодо онлайн-просування.

Предмет: навчальний курс з цифрового маркетингу базується на структурі роботи фахівця з інтернет-маркетингу. Курс розрахований на 2 семестри викладання (66 пар). Отримані слухачами курсу теоретичні знання будуть підкріплюватися за допомогою практичних завдань, під час яких студенти у групах (чи індивідуально) згідно проекту будуть вести активне просування впізнаваності реального бізнесу та паралельно працюватимуть над залученням клієнтів засобами інтернет-реклами.

Впродовж семестру слухачі курсу виконують проміжні домашні завдання (що допомагають їм просуватись по проекту), а також періодично звітують про виконані конкретні етапи проекту у вигляді презентацій перед викладачем та іншими слухачами курсу. В кінці семестру студент здає іспит у вигляді презентації проекту просування бізнесу в мережі Інтернет, із поясненнями по всіх етапах, та із аналітичними даними щодо якісних та кількісних результатів які вдалося досягти за час ведення проекту (фактично, за навчальний семестр).

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	3	
Семестр	5	
Кількість кредитів ECTS	3	90 год
Аудиторні навчальні заняття	лекції	14 год.
	практичні	16 год.
Самостійна робота		30 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен	30 год.

СТРУКТУРНО–ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Івент-маркетинг	Цифрові комунікації

Професійні компетентності, яких набувають студенти внаслідок вивчення навчальної дисципліни згідно стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (затвердженого наказом МОН України №1166 від 29.10.2018 року)

Код компетентності	Назва компетентності	Результати навчання
ЗК 04	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	ПРН04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
ЗК 08	Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.	
СК 01	Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.	ПРН8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань ПРН13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук

ПОЛІТИКА КУРСУ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ
Відвідування занять є важливою складовою навчання. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Дозволяється вільне відвідування лекцій студентам за індивідуальним графіком навчання. Якщо студент відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту ЗВО «Університет Короля Данила», Правил поведінки здобувачів освіти та Кодексу корпоративної етики. Кожен студент має виявляти наполегливість, старанність, зацікавлення дискутувати, ставити запитання викладачеві як під час лекцій, так і під час семінарських чи практичних занять.

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися один до одного, бути урівноваженими, уважними та дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

На початку вивчення курсу викладач знайомить студентів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно до якого і здійснюється навчальний процес.

Під час виконання письмових тестових завдань недопустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

ОСКАРЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ

Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів відповідно до «Положення про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти» розглядає та вирішує перший проректор або проректор з навчальної роботи на підставі заяви студента або подання декана.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції), практичні (виконання практичних завдань під час занять та розв'язування практичних завдань на комп'ютерах);
- за видами занять: лекції; практичні заняття (індивідуальні та групові вправи);
- за видами контролю: поточний контроль (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль); підсумковий контроль (екзамен у формі комп'ютерного тестування).

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання результатів навчання студентів III курсу за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю» здійснюється відповідно до «Положення про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти». Кожен вид контролю передбачений з урахуванням результатів навчання.

Видами діагностики та контролю знань студентів з навчальної дисципліни є:

1. Поточний контроль – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною чотирибальною шкалою – “2”; “3”; “4”; “5”.

Фіксація поточного контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 100-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів) без права перездачі.

Студенти повинні мати оцінки з не менше 50% аудиторних занять.

До підсумкового контролю допускаються студенти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі студенти, що отримали 34 бали і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

ШКАЛА В БАЛАХ	ОЦІНКА ЗА ШКАЛОЮ ECTS	НАЦІОНАЛЬНА ШКАЛА	КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
90–100 балів	A	5 «відмінно»	повна відповідь на питання з проблематики теми, що обговорюються на занятті; ґрунтовність та послідовність викладу
83–89 балів	B	4 «дуже добре»	неповна відповідь на питання з проблематики теми, наявність незначних помилок
76–82 бали	C	4 «добре»	
68–75 балів	D	3 «задовільно»	недостатні ґрунтовність та послідовність викладу; наявність помилок;
60–67 балів	E	3 «достатньо»	
35–59 балів	FX	2 «незадовільно»	невідповідність змісту відповіді проблематиці теми; відсутність відповіді.
0–34 бали	F	2 «неприйнятно»	

2. Підсумковий (семестровий) контроль проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни (освітнього компонента), після завершення вивчення дисципліни.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі екзамену у вигляді комп'ютерного тестування. Тестування відбувається в комп'ютерних лабораторіях навчального закладу (або в особливих випадках – дистанційно) з використанням програми Classroom і передбачає відповіді на 4 запитання стосовно тематики навчальних матеріалів, що студент прослухав протягом семестру.

За результатами підсумкового контролю студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не склали екзамен і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Студенти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційної сесії через одноразову повторну перездачу, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії.

Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю.

Студенти, які не з'явилися на екзамені без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

3. Оцінювання самостійної роботи проводиться як під час поточного, так і під час підсумкового контролю знань.

Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять.

Поточний контроль передбачає усну відповідь, написання доповіді та виступ, вирішення тестових завдань, ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо.

Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав студент під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття.

Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Цифровий маркетинг»

1. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. «DIGITAL MARKETING». Ознайомлення з концепцією курсу.

1. Знайомство зі студентами та їх очікуваннями/перспективами
2. Постановка цілей та дедлайнів в межах курсу. Алгоритм роботи.
3. Професії в digital-маркетингу.
4. Побудова команди та принципи віддаленої роботи.

Тема 2. Інтернет-присутність. Сайт як першоджерело - для чого він потрібен, коли без нього можна обійтись, а коли - ні.

1. Основні критерії ефективного сайту для просування в мережі інтернет.
2. Основні ролі соцмереж: продажі та репутація.

Тема 3. Загальне представлення принципів побудови, стратегій та взаємодій.

1. Воронка продажів.

2. [Customer journey map.](#)

Тема 4. [Дослідження та визначення цільових аудиторій для проекту, методи та способи.](#)

1. [Сегментація аудиторій.](#)
2. [Соціальна складова бізнесу та як про це розповідати в інтернеті \(інфографіка, звіти, відео,...\)](#)

Тема 5. [Логіка воронки продажів.](#)

1. [Етапи “Охоплення” та “Зацікавлення”.](#)
2. [Види реклами та рекламні майданчики.](#)
3. [Етапи “Міркування”, “Покупка”, “Лояльність”.](#)
4. [Воронка в рекламному повідомленні \(формула AIDA та інші похідні від неї\)](#)

Тема 6. [DIGITAL-стратегія.](#)

1. [Що потрібно для підготовки digital-стратегії.](#)
2. [Як створити ефективну стратегію.](#)

Тема 7. [SEO-оптимізація.](#)

1. [Природна індексація в пошукових системах.](#)
2. [Створення seo-описів та ключових слів на сайті.](#)

Тема 8. [Сервіси Google.](#)

1. [Google Analytics та інші сервіси відслідковування активності на сайті й вивчення цільової аудиторії відвідувачів сайту.](#)
2. [Google акаунт. Безкоштовний для приватних потреб та платний для бізнесу. Можливості та який з них варто застосовувати.](#)
3. [Google for business. Для чого необхідно в ньому зареєструватись та як його вести.](#)
4. [Google Maps. Для чого потрібна позначка на карті і як це використовувати.](#)
5. [Google Ads. Як працює контекстна реклама \(структура побудови рекламного кабінету\). Пошукова реклама та реклама у медійній мережі.](#)

Тема 9. [KPI. Бізнес-моделі в інтернеті.](#)

1. [Медіаплан: принципи побудови.](#)
2. [Бізнес-моделі в інтернеті.](#)
3. [KPI.](#)

Тема 10. [Звітність в інтернет-маркетингу.](#)

1. [Аналітичний звіт як елемент оцінки рекламних кампаній в мережі](#)
[Інтернет презентація.](#)
2. [Структура та дані в звіті.](#)

2. Тематичний план

№ теми	Назва теми	Кількість годин				
		в с о г о	а у д и т о р н і	л е ц і і	п р а к т и ч н і	са мо ст. ро бо та
1	«DIGITAL MARKETING». Ознайомлення з концепцією курсу.	3	1	1		2
2	Інтернет-присутність. Сайт як першоджерело - для чого він потрібен, коли без нього можна обійтись, а коли - ні.	7	3	1	2	4
3	Загальне представлення принципів побудови, стратегій та взаємодій.	12	6	2	4	6
4	Дослідження та визначення цільових аудиторій для проекту, методи та способи.	5	3	1	2	2
5	Логіка воронки продажів.	8	4	2	2	4
6	DIGITAL-стратегія.	4	1	1		3
7	SEO-оптимізація.	9	5	2	3	4
8	Сервіси Google.	7	4	2	2	3
9	KPI. Бізнес-моделі в інтернеті.	1	1	1		
10	Звітність в інтернет-маркетингу.	4	2	1	1	2
	Кількість годин на вивчення дисципліни	60	30	14	16	30
	Підсумковий контроль	30				
	Всього, годин	90				

3. Теми лекційних занять

№ п/п	№ заняття	Теми лекцій	Кількість годин
1	Лекція 1	«DIGITAL MARKETING». Ознайомлення з концепцією курсу.	1
2	Лекція 2	Інтернет-присутність.	1
3	Лекція 3	Загальне представлення принципів побудови, стратегій та взаємодій.	2

4	Лекція 4	Дослідження та визначення цільових аудиторій для проекту, методи та способи.	1
5	Лекції 5	Логіка воронки продажів.	2
6	Лекція 6	DIGITAL-стратегія.	1
7	Лекція 7	SEO-оптимізація.	2
8	Лекція 8	Сервіси Google.	2
9	Лекція 9	KPI. Бізнес-моделі в інтернеті.	1
10	Лекція 10	Звітність в інтернет-маркетингу.	1
Всього лекційних занять			14

3. Теми практичних занять

№ з/п	№ заняття	Назва теми	Кількість годин
1	2	<u>Створення сайту проекту</u>	2
2	3	<u>Визначення позиціонування бізнесу.</u>	4
3	4	<u>Створення портретів користувачів цільової аудиторії.</u>	2
4	5	<u>Побудова воронки продажів та customer journey map</u>	2
5	7	<u>Створення семантичного ядра сайту</u>	3
6	8	<u>Створення профілю компанії в сервісі Google My Business. Налаштування аналітики сайту в сервісі Google Analytics.</u>	2
7	10	<u>Створення аналітичного звіту перед замовником за підсумками просування проекту</u>	1
Всього практичних занять			16

5. Самостійна робота

Назва теми	Зміст завдання для самостійної роботи	Кількість годин
Тема 1. «DIGITAL MARKETING». Ознайомлення з концепцією курсу.	1. Ознайомитись з концепцією курсу. Вивчити основні терміни інтернет-маркетингу.	2
Тема 2. Інтернет-присутність.	1. Вивчити основні показники юзабіліті сайту. 2. Опрацювати поняття домену та хостингу сайту.	4
Тема 3. Загальне представлення принципів	1. Знайти в інтернеті обширну інформацію щодо нових принципів та стратегій в	6

побудови, стратегій та взаємодій	цифровому маркетингу.	
Тема 4. Дослідження та визначення цільових аудиторій для проекту, методи та способи.	1. Вивчити основні методи дослідження цільових аудиторій проекту. Знайти нетипові методи і способи визначення цільової аудиторії.	2
Тема 5. Логіка воронки продажів.	1. Потренуватись будувати воронки продажів для різного роду бізнесу. 2. Потренуватись створювати різні customer journey map.	4
Тема 6. DIGITAL-стратегія.	1. Підібрати найбільш підходящі для просування вашого бізнесу маркетингові онлайн-інструменти.	3
Тема 7. SEO-оптимізація.	1. Скласти список мінус-слів для вашого проекту. Створити карту посилань для вашого проекту.	4
Тема 8. Сервіси Google.	1. Створити та налаштувати рекламні кампанії в сервісі Google Ads.	3
Тема 9. Звітність в інтернет-маркетингу.	1. Переглянути різні варіанти аналітичних звітів перед замовником. Приклади звітів є у навчальних матеріалах до даного курсу в системі СДО.	2
Разом самостійної роботи студентів		30

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ

навчальної дисципліни «ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

для підготовки до підсумкового контролю

1. Професії в digital-маркетингу.
2. Побудова команди та принципи віддаленої роботи.
3. Сайт як першоджерело - для чого він потрібен, коли без нього можна обійтись, а коли - ні.
4. Основні критерії ефективного сайту для просування в мережі інтернет.
5. Основні ролі соцмереж: продажі та репутація.
6. Дослідження та визначення цільових аудиторій для проекту, методи та способи.
7. Види реклами та рекламні майданчики.
8. Воронка в рекламному повідомленні (формула AIDA та інші похідні від неї).
9. DIGITAL-стратегія.
10. SEO-оптимізація.

11. Природна індексація в пошукових системах.
12. Сервіси Google.
13. Бізнес-моделі в інтернеті.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Електронні інформаційні ресурси

1. Орест Сохар. «Шлях у лідери сайтів новин». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2022. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/shlyah-u-lideri-saytiv-novin-abo-media-uroki-viyni/>
2. [Олена Самойлова](#). «Інструменти генерації лідів: приклади з різних ніш». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2022. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/instrumenti-generaciyi-lidiv-prikladi-z-riznih-nish/>
3. Сергій Шагоферов. «Налаштування цілей Google Analytics для інтернет-магазину». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2022. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/nalashtuvannya-ciley-google-analytics-dlya-internet-magazinu/>
4. Олексій Устиловський. «Стереотипи у сприйнятті маркетингової стратегії у малому та середньому бізнесі». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2022. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/stereotipy-v-voxpriyatii-marketingovoy-strategii-v-malom-i-srednem-biznese/>
5. Юрій Телець. «ТОП-10 фішок, за які Гугл полюбить ваш сайт». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2022. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/top-10-fishok-za-dopomogoyu-yakih-google-polyubit-vash-sayt/>
6. «Огляд розширеного пошуку зображень у Google». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2021. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/obzor-rasshirennogo-poiska-izobrazheniy-v-google/>
7. Катерина Золотарьова. «Як самому скласти список ключових слів для сайту». Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2021. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/obzor-rasshirennogo-poiska-izobrazheniy-v-google/>