


**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

**Факультет суспільних і прикладних наук**

**Кафедра управління та адміністрування**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Проректор з методичної роботи**  
 **Ярослав ШТАНЬКО**

**“ 30 ” 08 2024 р.**

**ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Галузь знань:	07 Управління та адміністрування
Спеціальність:	076 Підприємництво та торгівля
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	Диджиталізація підприємництва
Освітній рівень:	магістр
Статус дисципліни:	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ  
2024**

РОЗРОБНИК:

к.е.н., доцент, доцент кафедри управління  
та адміністрування

Наталія ГРИГОРСЬКА

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри управління та адміністрування,  
протокол №1 від 28.08.2024

к.е.н., доц., завідувач кафедри  
управління та адміністрування

Ірина ПОПАДИНЕЦЬ

УЗГОДЖЕНО:

гарант ОПП  
к.е.н., доц., професор кафедри  
управління та адміністрування

Наталія ГАВАДЗИН

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол №1 від 30.08.2024

e-mail	<a href="mailto:natalia.grigorska@ukd.edu.ua">natalia.grigorska@ukd.edu.ua</a>
Номер аудиторії чи кафедри	кафедра управління та адміністрування, 205
Посилання на сайт	<a href="#">Наталія ГРИГОРСЬКА</a>
Сторінка курсу в СДО	<a href="#">Цифровий маркетинг</a>

## ВСТУП

### Анотація навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг»

#### Мета дисципліни:

Навчальна дисципліна «Цифровий маркетинг» спрямована на надання студентам знань і навичок, необхідних для ефективного використання цифрових каналів у маркетингових комунікаціях. Курс охоплює основні аспекти планування, реалізації та аналізу маркетингових кампаній у цифровому середовищі. Особлива увага приділяється сучасним інструментам і платформам цифрового маркетингу, включаючи соціальні мережі, пошукові системи, контент-маркетинг та електронну комерцію.

#### Завдання дисципліни:

- Ознайомлення студентів з основними концепціями та інструментами цифрового маркетингу.
- Формування навичок розробки та реалізації маркетингових стратегій у цифровому середовищі.
- Вивчення методів аналізу ефективності цифрових маркетингових кампаній.
- Розвиток критичного мислення та креативності в підходах до вирішення маркетингових задач.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати**:

1. Основні концепції та ключові поняття цифрового маркетингу
2. Особливості та інструменти цифрових каналів і платформ
3. Загальні відомості про платформи для маркетингових комунікацій
4. Основні види пошукового та контент-маркетингу
5. Способи оцінки ефективності кампаній
6. Основні інструменти та стратегії продажів у мережі

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **вміти**:

Самостійно розробляти та реалізовувати маркетингові кампанії в цифровому середовищі, а також аналізувати їхню ефективність для досягнення бізнес-цілей.

Компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів навчання вказано відповідно до ОПП «Диджиталізація підприємництва»).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
<b>ЗК 2.</b> Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.	<b>ПРН 5.</b> Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі. <b>ПРН 8.</b> Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень. <b>ПРН 10.</b> Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків. <b>ПРН 12.</b> Вміти професійно використовувати цифрові технології у підприємницькій та торговельній діяльності.
<b>ЗК 5.</b> Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	
<b>СК 5.</b> Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій та торговельній діяльності.	
<b>СК 6.</b> Здатність до застосування і використання цифрових технологій в підприємницькій та торговельній діяльності.	

### ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Курс</b>	<b>1</b>		
<b>Семестр</b>	<b>2</b>		
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<b>3</b>		
<b>Аудиторні навчальні заняття</b>		<b>денна форма</b>	<b>заочна форма</b>
	лекції	<b>16 (в годинах)</b>	<b>4 (в годинах)</b>
	семінари, практичні	<b>14 (в годинах)</b>	<b>4 (в годинах)</b>
<b>Самостійна робота</b>		<b>60 (в годинах)</b>	<b>82</b>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<b>залік</b>		

## Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Пререквізити (ОК9 і ОК5)	Постреквізити (ОК15)
Цифрові бізнес-моделі	Виробнича практика
Цифровий менеджмент	

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Перелік тем лекційного матеріалу

#### Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу (2 год)

- Основні поняття та історія розвитку цифрового маркетингу
- Порівняння традиційного та цифрового маркетингу
- Актуальні тренди та виклики

Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: A Complete Guide to Engaging Customers and Implementing Successful Digital Campaigns*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing. (Chapter on Digital Marketing)*

#### Тема 2. Комунікаційна стратегія бренду (4 год)

- Етапи створення стратегії: від брифінгу до роад-мепу
- Типи досліджень для створення ком.стратегії (дослідження ринку, конкурентів та бренду, кількісні/якісні, глибинні інтерв'ю, JTBD)
- Основні цифрові платформи та їх інтеграція у ком.стратегію

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*

Jim Kalbach (2020): *The Jobs To Be Done Playbook*

Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing.*

#### Тема 3. Реклама в цифрових медіа (2 год)

- Формати цифрової реклами (банери, відео, нативна реклама)
- Програмастик-реклама та RTB
- Оцінка ефективності рекламних кампаній

Jeff, S. (2020). *Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World.*

#### **Тема 4. Соціальний медіа маркетинг (SMM) (2 год)**

- Вибір платформи та аудиторії
- Створення контенту та залучення аудиторії
- Метрики та KPI в SMM

*Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). Social Media Marketing.*

#### **Тема 5. Пошуковий маркетинг: SEO та SEM (2 год)**

- Основи пошукової оптимізації (SEO)
- Контекстна реклама (SEM)
- Інструменти для аналізу пошукового трафіку

*Clarke, A. (2020). SEO 2020: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies.*

#### **Тема 6. Контент-маркетинг (2 год)**

- Типи контенту (блоги, відео, інфографіка)
- Розповсюдження контенту та залучення аудиторії

*Greg Jarboe, Matt Bailey, Michael Stebbins (2023): Digital Marketing Fundamentals*

*Agata Krowinska, Christof Backhouse, Benjamin Becker, Fabian Bosser (2023): Digital Content Marketing: Creating Value in Practice*

#### **Тема 7. Цифрова аналітика та вимірювання ефективності (2 год)**

- Інструменти веб-аналітики (Google Analytics)
- Відстеження та аналіз показників (CTR, CPA, CPC, ROI)
- Прийняття рішень на основі даних

*Kaushik, A. (2020). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity.*

### **Зміст семінарських занять**

#### **Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу (2 год)**

На основі представленого теоретичного матеріалу підготувати аналіз цифрових викликів та можливостей для України.

#### **Самостійна робота:**

Дослідити ключові актуальні тренди цифрового маркетингу та виклики для бізнесу. Порівняти тренди цифрового маркетингу України та світу. (4 год)

## **2. Комунікаційна стратегія бренду (2 год)**

На основі представленого теоретичного матеріалу проаналізувати ком.стратегію улюбленого бренду (на власний вибір) та його каналів комунікації.

### **Самостійна робота:**

Сформувати схематичну стратегію бренду на основі двох глибинних інтерв'ю. (4 год)

## **3. Реклама в цифрових медіа (2 год) / Заняття проводиться у відділі маркетингу та зв'язків з громадськістю**

На основі представленого теоретичного матеріалу проаналізувати рекламну кампанію улюбленого бренду (на власний вибір).

### **Самостійна робота:**

Запропонувати ідею рекламної кампанії на основі схематичної стратегії бренду з попереднього семінару. (4 год)

## **4. Соціальний медіа маркетинг (SMM) (2 год) / Заняття проводиться у відділі маркетингу та зв'язків з громадськістю**

На основі представленого теоретичного матеріалу визначити цілі та KPI для кампанії в соціальних мережах.

### **Самостійна робота:**

Створити контент-календар на місяць для обраного бренду або бізнесу, враховуючи цільову аудиторію та платформу. (4 год)

## **5. Пошуковий маркетинг: SEO та SEM (2 год)**

На основі представленого теоретичного матеріалу провести аналіз ключових слів та оптимізацію контенту. Оцінити комунікаційний та UX стан сайту з рекомендаціями щодо покращення.

### **Самостійна робота:**

Провести SEO-аудит вебсайту з використанням інструментів (наприклад, Google Search Console) та підготувати звіт із рекомендаціями. (4 год)

**6. Контент-маркетинг (2 год) /** Заняття проводиться у відділі маркетингу та зв'язків з громадськістю

На основі представленого теоретичного матеріалу визначити цільову аудиторію та вибрати формати контенту. Спланувати та організувати створення контенту.

**Самостійна робота:**

Створити контент-план для блогу або соціальної мережі, включаючи теми та графік публікацій. (6 год)

**7. Цифрова аналітика та вимірювання ефективності (2 год) /** Заняття проводиться у відділі маркетингу та зв'язків з громадськістю

На основі представленого теоретичного матеріалу ознайомитися з основними інструментами веб-аналітики та виявити інші способи оцінки сайтів.

**Самостійна робота:**

Підготувати КРІ за основними аналітичними показниками для запуску магазину одягу. Оцінити можливі ризики. (4 год)

**Зміст самостійної роботи здобувачів**

**Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни:**

Найменування видів робіт	Розподіл годин за формами навчання	
	денна	заочна
Самостійна робота, год, у т.ч.:	<b>60</b>	<b>82</b>
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	16	4
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	14	4
Підготовка звітів з практичних робіт	-	-
Підготовка до поточного контролю	-	-
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	30	74

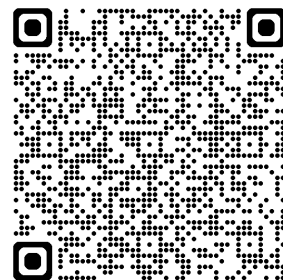


## ПОЛІТИКА КУРСУ

Коротко, з покликанням на відповідну нормативну базу УКД, висвітлити питання:

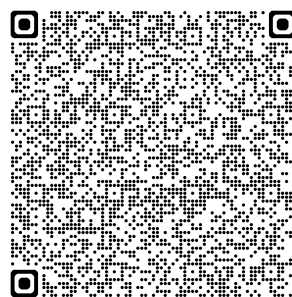
### 1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з “Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти”. Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).



### 2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).

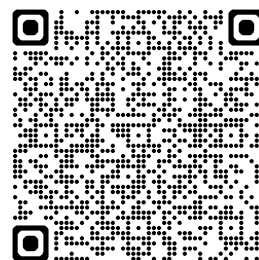


### 3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно “Положення про організацію освітнього процесу” здобувач допускається до семестрового контролю з конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку), якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом/робочою програмою навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав  $\geq 35$  бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).

### 4) щодо дотримання академічної доброчесності

“Положення про академічну доброчесність” закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).



### **5) щодо використання штучного інтелекту**

“Положення про академічну доброчесність” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#). “Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації та фальсифікації академічних творів” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).

### **6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації**

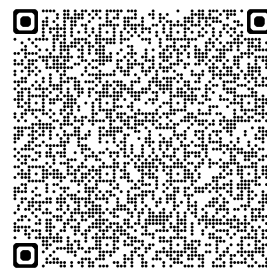
Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо, окрім виробничої необхідності. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анулюється без права перескладання.

Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

### **7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом неформальної/інформальної освіти**

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за [ПОКЛИКАННЯМ](#).

Під час вивчення навчальної дисципліни “Радіовиробництво і подкасти” студентам надається можливість перерахування неформальної освіти. До прикладу, із запропонованого переліку можна пройти сертифіковані (безкоштовні) курси на освітніх платформах, відтак сертифікат, який отримали під час навчання, – є підтвердженням засвоєння студентом окремих тем, що включені у зміст дисципліни.



## МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця.

Програмний результат навчання	Метод навчання	Метод оцінювання
<p><b>ПРН 5.</b> Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.</p> <p><b>ПРН 8.</b> Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.</p> <p><b>ПРН 10.</b> Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.</p> <p><b>ПРН 12.</b> Вміти професійно використовувати цифрові технології у підприємницькій та торговельній діяльності.</p>	<p>словесні методи</p> <p>наочні методи</p> <p>практичні методи</p> <p>індуктивний</p> <p>дедуктивний</p> <p>аналітичний</p> <p>порівняння</p> <p>творчий</p> <p>евристичний</p> <p>дослідницький</p> <p>МН 18 - методи самостійної роботи вдома</p> <p>МН 20 - інтерактивні методи</p>	<p>залік</p> <p>поточний контроль</p> <p>усний контроль</p> <p>письмовий контроль</p> <p>тестовий контроль</p> <p>самооцінювання</p>

## ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Вид	Зміст	% від загальної оцінки	Бал	
			min	max
Поточні контрольні заходи	всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи	залік	40	25	40
Всього:	-	100	60	100

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали – “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

***Критерії оцінювання:***

<p><b><i>«незадовільно»</i></b></p>	<p>володіє навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об’єктів, що позначаються окремими словами чи реченнями; володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність висловити думку на елементарному рівні; володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу;</p>
<p><b><i>«задовільно»</i></b></p>	<p>володіє матеріалом на початковому рівні, значну частину матеріалу відтворює на репродуктивному рівні; володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину; може відтворити значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, порівнювати та робити висновки, виправляти допущені помилки;</p>
<p><b><i>«добре»</i></b></p>	<p>здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, частково контролювати власні навчальні дії, наводити окремі власні приклади на підтвердження певних тверджень: вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки і добирати аргументи на підтвердження певних думок під керівництвом викладача; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, та вміє застосовувати його на практиці; вільно розв’язує задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;</p>

«відмінно»	виявляє початкові творчі здібності, самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, оцінює окремі нові факти, явища, ідеї; знаходить джерела інформації та самостійно використовує їх відповідно до цілей, поставлених викладачем; вільно висловлює власні думки і відчуття, визначає програму особистої пізнавальної діяльності, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особисту позицію щодо них; без допомоги викладача знаходить джерела інформації і використовує одержані відомості відповідно до мети та завдань власної пізнавальної діяльності; використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях; виявляє особливі творчі здібності, самостійно розвиває власні обдарування і нахили, вміє самостійно здобувати знання.
------------	---

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. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання знань за ЄКТС**) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

### Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %	Шкала ECTS
<b>Національна диференційована шкала</b>		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
<b>Національна недиференційована шкала</b>		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

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

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна література

1. Greg Jarboe, Matt Bailey, Michael Stebbins (2023): Digital Marketing Fundamentals
2. Agata Krowinska, Christof Backhouse, Benjamin Becker, Fabian Bosser (2023): Digital Content Marketing: Creating Value in Practice
3. Ryan, D. (2020). Understanding Digital Marketing: A Complete Guide to Engaging Customers and Implementing Successful Digital Campaigns
4. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice
5. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. (Chapter on Digital Marketing)
6. Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing.
7. Henseruk H., Boyko M., Tsepeniuk T., Buyak B., Martyniuk S. Communication in Developing Digital Competence of Future Professionals. Матеріали Міжнародної конференції з нових тенденцій у мовах, літературі та соціальних комунікаціях (ICNTLLSC 2021). Atlantis Press. 2021. P. 158-165.
8. Генсерук Г. Р. Цифрова компетентність майбутніх фахівців / Г. Р. Генсерук // Digital economy and digital society : monograph 22. – Katowice, 2019. – P. 130–135.
9. Попадинець І.Р. Процес цифровізації бізнесу / І.Попадинець, Н. Гавадзин, М.Марків// Moderní aspekty vědy: XXIX. Díl mezinárodní kolektivní monografie / Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o.. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2023. str.577-587. Режим доступу: <http://perspectives.pp.ua/public/site/mono/mono-29.pdf>

### Додаткова література

10. European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/europeanframework-digital-competence-educators-digcompedu>
11. Гавадзин Н.О., Григорська Н.М. Тренди диджиталізації підприємництва. Інфраструктура ринку. 2023. No 71. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/71-2023>
12. Попадинець І. Р. Діджиталізація процесу соціологічного дослідження в публічній сфері. Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування». 2022. № 2. С. 61-64 – 0,40 ум. др. арк.
13. Попадинець І. Smart-спеціалізація Івано-Франківської області [Електронний ресурс] / Ірина Попадинець // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку: зб. матеріалів VII Всеукр. наук.-практ. конф.,

30 трав. 2022 р. / М-во освіти і науки України, М-во фінансів України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; [оргком.: Репіна І. М. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2022. – С. 296–299 - 0,23 ум. др. арк.

14. Скіннер К. Людина цифрова. Четверта революція в історії людства, яка торкнеться кожного / Кріс Скіннер. Пер. Ганна Якубовська. Харків : Фабула : Ранок, 2020. 270

### **Електронні інформаційні ресурси**

15. DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: the Conceptual Reference Model. November 15, 2016. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-20-digital-competence-framework-citizens-update-phase-1-conceptual-reference-model>

16. DigCompOrg Framework. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomporg/framework>