



Силабус навчальної дисципліни

«Digital маркетинг»

Спеціальність	<i>D3 Менеджмент</i>
Освітня програма	<i>Менеджмент креативних індустрій</i>
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова</i>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>3 курс, 5 семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	<i>5 кредитів</i>
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	<i>Лекції – 24 год.</i>
	<i>Лабораторні – 26 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 100 год.</i>
Форма семестрового контролю	<i>Екзамен</i>
Кафедра	<i>Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування, головний корпус, 2-й поверх, ауд. 210, сайт кафедри: https://ktmb.hneu.edu.ua/</i>
Викладач (-і)	<i>Мазоренко Оксана Володимирівна, к.е.н., доцент;</i>
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>Мазоренко О.В: oksana.mazorenko@hneu.net</i>
Дні навчальних занять	<i>Лекція: згідно діючого розкладу занять</i>
	<i>Практичні: згідно діючого розкладу занять</i>
Консультації	<i>На кафедрі менеджменту, бізнесу і адміністрування, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС</i>

Мета навчальної дисципліни: набуття системних знань з теоретичних засад та організаційно-методичних основ формування та функціонування системи digital маркетингу на підприємстві, практичних навичок із застосування засобів digital маркетингу для підвищення ефективності управління креативним підприємством у цифровому просторі.

Передумови для навчання

Пререквізити	Постреквізити
Креативні індустрії та креативне управління	Дизайн фірмового стилю
Маркетинг	

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи digital маркетингу.

Тема 1. Сутність та основні характеристики електронного бізнесу, електронної комерції, електронного та інтернет-маркетингу.

Тема 2. Технології та інструменти digital маркетингу.

Змістовий модуль 2. Застосування інструментів digital маркетингу в діяльності сучасних креативних підприємств.

Тема 3. Основи оптимізації контенту.

Тема 4. Email маркетинг.

Тема 5. Пошуковий маркетинг.

Тема 6. Маркетинг у соціальних мережах.

Тема 7. Веб-аналітика та аналіз ефективності електронного маркетингу.

Тема 8. Мобільний маркетинг.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM



Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних та практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі екзамену.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60, та мінімально можлива кількість балів – 35, за підсумковий контроль (екзамен) максимально можлива кількість балів – 40 та мінімально можлива кількість балів, – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: компетентісно-орієнтовані завдання за темами; експрес-тести.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.