

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Цифровий маркетинг
Освітня програма	Економічна кібернетика першого (бакалаврського) рівня
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю з дисципліни	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Паламарчук Оксана Степанівна; кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом
CV викладача на сайті кафедри/ЗВО	https://cutt.ly/Tw1DNioi https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamarchuk-oksana-stepanivna
E-mail викладача	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Цифровий маркетинг» фокусується на вивченні та практичному застосуванні інструментів та стратегій маркетингу в цифровому середовищі, надаючи здобувачам вищої освіти знання та навички для ефективного просування продуктів та послуг онлайн, взаємодії з аудиторією та досягнення бізнес-цілей у цифровому просторі.

Метою навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг» є формування системи знань здобувачами вищої освіти у сфері цифрового (digital) маркетингу для розуміння широкого кола проблем сучасного маркетингу, розробка та проведення маркетингових заходів в мережі Інтернет.

Завданням навчальної дисципліни є набуття знань відповідних понять, категорій, систем та алгоритмів цифрового маркетингу; відпрацювання практичних навичок розв'язання завдань та виконання відповідних функцій в галузі цифрового маркетингу.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль. Організаційні засади цифрового маркетингу

Тема 1. Цифровізація та інформатизація суспільства.

Тема 2. Введення в цифровий маркетинг. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі.

Тема 3. Сучасні тенденції застосування системи цифрового маркетингу.

Тема 4. Особливості маркетингової діяльності на цифровому ринку. Товари та послуги в цифровому середовищі.

Тема 5. Особливості формування цільової аудиторії в мережі Інтернет.

Тема 6. Поведінка та особливості споживачів в мережі Інтернет.

Тема 7. Система комунікацій в цифровому маркетингу.

Тема 8. Система управління взаємовідносинами з клієнтами у цифровому маркетингу.

Тема 9. Елементи та інструменти цифрового маркетингу.

Тема 10. Аналіз ефективності цифрового маркетингу.

Тема 11. Стратегії цифрового маркетингу.