
	<p style="text-align: center;"> МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ </p>	
---	---	---

Назва курсу	Діджитал менеджмент та маркетинг
Викладач	Доренська Анна Олександрівна, асистент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Контактний телефон	+380509349918
Е-mail	pdonnaanna@gmail.com
Обсяг та ознаки дисципліни	Вибіркова дисципліна, змістових модулів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Діджитал менеджмент та маркетинг» є формування у здобувачів комплексного розуміння сучасних цифрових технологій та інструментів, що використовуються в управлінні та маркетингу, а також розвиток навичок їх ефективного застосування для досягнення бізнес-цілей. Ця мета включає навчання стратегічного планування, аналітики, використання соціальних медіа, автоматизації маркетингу, управління онлайн-репутацією та інших аспектів, що дозволяють адаптуватися до швидких змін у цифровому середовищі.

Завдання вивчення дисципліни:

- теоретичне ознайомлення здобувачів з основами цифрових технологій та їх роллю в сучасному менеджменті і маркетингу: надати розуміння ключових концепцій, інструментів і технологій, що застосовуються в діджитал-середовищі;

- навчити здобувачів розробляти та реалізовувати ефективні стратегії цифрового маркетингу, включаючи використання SEO, SEM, контент-маркетингу, соціальних медіа та інших інструментів.
- розвиток навичок збору, аналізу і інтерпретації даних з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- формування компетенцій у сфері управління цифровими проектами;
- опанування інструментами автоматизації менеджменту та маркетингу;
- засвоєння принципів управління брендом та репутацією компанії в інтернеті, враховуючи особливості цифрових каналів комунікації;
- адаптація до змін у цифровому середовищі.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- основні поняття та терміни цифрового менеджменту та маркетингу;
- різні підходи до розробки та реалізації цифрових маркетингових стратегій, включаючи вибір каналів комунікації, управління контентом та бюджетування;
- основні інструменти та платформи, що використовуються для управління цифровими маркетинговими кампаніями (Google Ads, Facebook Ads, Google Analytics, HubSpot, Hootsuite та інші).
- методи та технології аналітики даних;
- основи проектного менеджменту в діджитал-середовищі, включаючи планування, ризик-менеджмент, контроль і оцінку ефективності проектів.
- правові та етичні аспекти цифрового маркетингу;
- тренди та інновації в галузі цифрового менеджменту і маркетингу, які можуть впливати на бізнес та маркетингові стратегії;

вміти:

- створювати та впроваджувати ефективні стратегії цифрового маркетингу, включаючи вибір відповідних каналів, планування контенту та аналіз результатів;
- впевнено працювати з основними інструментами цифрового маркетингу (Google Ads, Facebook Ads, Google Analytics, Mailchimp тощо) для управління кампаніями, аналітики та автоматизації процесів;
- використовувати інструменти веб-аналітики для збору та аналізу даних, оцінки ефективності маркетингових кампаній і формування рекомендацій для покращення результатів;
- планувати, організовувати та контролювати виконання проектів в діджитал-середовищі, використовуючи методи проектного менеджменту;
- генерувати якісний контент для різних цифрових платформ, враховуючи принципи SEO та вимоги різних каналів (сайти, блоги, соціальні мережі, електронна пошта тощо);
- використовувати програми для автоматизації маркетингових процесів, таких як CRM-системи, для підвищення продуктивності та забезпечення персоналізованого підходу до клієнтів;

- вести моніторинг згадок про бренд в інтернеті, оперативно реагувати на негативні відгуки та кризи, використовуючи стратегії кризового менеджменту;
- застосовувати знання про правові та етичні аспекти в роботі з цифровими технологіями та маркетинговими практиками, забезпечуючи захист даних та відповідність законодавству.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчального дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Діджитал-менеджмент

- Тема 1. Діджиталізація процесів управління бізнес-діяльністю
- Тема 2. Концепція «розумного» міста Smart City та її застосування
- Тема 3. Сучасні цифрові бізнес-моделі, екосистеми та цифрові платформи
- Тема 4. Інструменти DIGITAL-менеджменту
- Тема 5. DIGITAL-логістика та Діджитал ізація управління проектами
- Тема 6. Цифровізація управління взаємовідносинами з клієнтами

Змістовий модуль 2. Діджитал-маркетинг

- Тема 7. Сутність та стратегічні напрями Digital-маркетингу
- Тема 8. Діджиталізація просування товарів і послуг, е-комерція.
- Тема 9. Маркетингові інтернет-комунікації
- Тема.10. Маркетинг соціальних мереж та web-браузерах
- Тема 11. Digital-маркетинг у блогах, мобільних додатках та чат-ботах
- Тема 12. Формування бренду та іміджу організації за допомогою Digital-комунікацій

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних та практичних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендована література

Основна

1. Баранов В. В. Цифровий менеджмент як обов'язковий складник цифрової економіки: монографія. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2021. 364 с.
2. Іванова Л.О. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 165 с.
3. Лобузін І. Цифровий менеджмент інформації в бібліотеках: світовий досвід системного впровадження. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. 2022. URL: <http://conference.nbu.gov.ua/report/view/id/846>.
4. Менеджмент. Маркетинг. Підприємництво : навч. посіб. / Т. Ф. Рябоволик, І. О. Андрощук, А. О. Доренська [та ін.]. Кропивницький : ЦНТУ, 2024. - 208 с.
5. Цифрова трансформація економіки України в умовах війни. Травень 2023 року. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrayinyv-umovakh-viyny-traven-2023> (дата звернення 03.10.2023)
6. Математичні методи і моделі в управлінні економічними процесами : монографія / Л. М. Малярець, Є. Ю. Місюра, В. В. Койбічук та ін. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 420 с.
7. Крос-культурні особливості менеджменту сучасної мультинаціональної організації: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2017. 296 с.
8. Микитюк П. П., Брич В. Я., Микитюк Ю. І., Труш І. М. Управління проектами: підручник. [для студ. вищ. навч. закл.]. Тернопіль, 2021. 416 с.
9. Моделювання бізнес-процесів та управління ІТ-проектами : навчальний посібник [Електронний ресурс] / Є. М. Крижановський, А.Р. Ящолт, С.О. Жуков, О. М. Козачко – Вінниця : ВНТУ, 2018. – (PDF, 91 с.) URL: https://ecopy.posibnyky.vntu.edu.ua/txt/2018/Kryzanovsk_yascholt_modelyuvanna_np_p024.pdf
10. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ. 2020. 271 с.

Додаткова

11. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2020. № 17. С. 280–290.
12. Зарудній, Б. В. Розбудова діджитал-маркетингу сучасного підприємства / Б. В. Зарудній // Сучасний стан економіки України: проблеми та

- перспективи розвитку : зб. тез доп. X Обл. наук.-практ. конф. учнів. та здобув. вищ. освіти, 19 квіт. 2024 р. Кропивницький, 2024. С. 34.
13. Зеліч В. В. Використання PR-технологій як інструмент маркетингових комунікацій у просуванні компанії. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2022. № 1 (124). С. 77–82.
 14. Ляшенко С.М., Ляшенко Н.С. Цифровізація як перспективний напрямок інноваційного розвитку економіки України. III Міжнародна науково-практична конференція "бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи". Київ. 2022. С. 172–173.
 15. Клименко К.В. Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємств: досвід України. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 4. Том 3. С. 13–18.
 16. Король С. Польовик Є. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. Modern Economics. 2019. №18. С. 67–73. URL: [217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf](https://www.modern-economics.com/217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf).
 17. Лігоненко Л., Хріпко А., Доманський А. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Економічні науки. 2018. № 22 (62), 2 т. С. 21—24.
 18. Марчук О. О. Цифровий маркетинг яке інноваційний інструмент управління / О. О. Марчук // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 17. – С. 296–299.
 19. Прохоренко М. Сім трендів, які вплинуть на управління ІТ-командою у 2024. URL: <https://laba.ua/blog/4043-7-trendiv-yaki-vplynut-na-upravlinnya-it-komandoyu-u-2024>.
 20. Романенко Л. Ф. Цифровий маркетинг: сутність та тенденції розвитку / Л. Ф. Романенко // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2019. – Т. 23. – С. 80–84.
 21. Христофорова О. М. Стан та перспективи розвитку digital-маркетингу / О. М. Христофорова, В. І. Пугачова // Альманах науки. – 2019. – № 6/1 (27). – С. 24–29.

Інформаційні ресурси

22. Що таке CRM-система та як вона працює? URL: <https://www.terrasoft.ua/page/definitioncrm>
23. OECD Digital Economy Papers. OECD Library. 2011. URL: https://www.oecdilibrary.org/science-and-technology/national-strategies-and-policies-for-digital-identitymanagement-in-oecd-countries_5kgdzvn5rfs2-en
24. Sahu, S. What is digital management. Quora. 2022. URL: https://www.quora.com/Whatis-digital-management?top_ans=261108520
25. ІТ в Україні: цифри, перспективи та бар'єри. URL: <https://dlf.ua/ua/it-v-ukraini-tsifri-perspektivi-ta-bar-yeri/>.
26. Міністерство цифрової трансформації України. Результати цифрової трансформації в регіонах України за 2023 рік. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/rezultati-tsifrovoi-transformatsii-v-regionakh-ukraini-za-2023>.
27. Нетехнічна ІТ-освіта <https://iampm.club/ua/>

- 28.Новинний портал Іт <https://speka.media/>
- 29.Офсайт компанії Headway. URL: <https://makeheadway.com/about-us/>
- 30.Офсайт компанії SoftServe. URL: SoftServe PeopleIQ HR Solutions (softserveinc.com)
- 31.Результати цифрової трансформації в регіонах України за 2023 рік. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/rezultaty-tsyfrovoi-transformatsii-v-rehion...>
- 32.Розвиток ІТ бізнесів в Україні та світі – основні тенденції. URL:<https://finance.bigmir.net/ua/business/7215755-rozvitok-it-biznesiv-v-ukrayini-ta-sviti-osnovni-tendentsiyi> (дата звернення: 02.08.2024).
- 33.Спільнота програмістів | DOU
- 34.Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr/>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «28» серпня 2024 р.