



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ
Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення кафедри
менеджменту, економіки, статистики та цифрових
технологій
«27» серпня 2024 року,
протокол № 1.

Завідувачка кафедри, кандидатка економічних наук,
доцентка

_____ Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

«27» серпня 2024 року

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТА АНАЛІТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування

РОЗРОБНИК

Доцент кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій,
кандидат економічних наук, доцент

_____ Андрій КОРЮГІН
«23» серпня 2024 року

ПОГОДЖЕНО

Деканеса факультету управління та
економіки, кандидатка економічних наук,
доцентка

_____ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО
«27» серпня 2024 року

м. Хмельницький
2024

Освітньо-професійна програма «Бакалавр менеджменту»
Спеціальність 073 Менеджмент
Галузь знань 07 Управління та адміністрування
<https://www.univer.km.ua/pro-universytet/fakultety/fakultet-upravlinnya-ta-ekonomiky>

Назва навчальної дисципліни	ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТА АНАЛІТИКА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
Викладач	Лекції: Корюгін Андрій Валерійович (http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&w=sklad), доцент кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, кандидат економічних наук, доцент. Семінарські заняття, консультації: Литвинюк Олександра Володимирівна, викладач-стажист кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
Контактна інформація та науковий профіль викладача	Andrei_Korugin@ukr.net a_korugin@univer.km.ua Профіль у наукових базах даних: ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3408-1905 GoogleScholar: https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ
Інформаційні ресурси	Код для приєднання в Google клас «Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж»: kj2ceav Електронна бібліотека: http://elibrary.univer.km.ua/index.php
Консультації	Офлайн консультації: навчальний корпус №2, пров. Володимирський, 12, кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Корюгін Андрій Валерійович: понеділок з 14.00 до 15.20; Литвинюк Олександра Володимирівна : п'ятниця з 11.30 до 12.30 Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Google meet у робочі дні з 9.00 до 17.00 Консультації до заліку: напередодні заліку згідно із затвердженим розкладом.

Опис навчальної дисципліни

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	Загальні компетентності: ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Фахові (спеціальні) компетентності: СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності бізнес-структур, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації СК 4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними. СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
--	---

	СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації. СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення СК 16. Здатність генерувати та реалізовувати бізнес-ідеї, ідентифікувати інструменти оцінювання ринкових можливостей на основі цифрового менеджменту та інвестиційно-інноваційної діяльності бізнес-структур. СК 17. Здатність проводити діагностику діяльності реальних та віртуальних бізнес-структур з використанням відповідного матеріального та програмного забезпечення в умовах цифрового середовища задля досягнення ефективності їх бізнес-процесів.
Програмні результати навчання	ПР 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. ПР 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПР 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПР 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПР 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. ПР 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПР 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР 18. Демонструвати навички застосування методів і принципів управління реальними та віртуальними бізнес-структурами. ПР 19. Демонструвати знання закономірностей цифрової комунікативної взаємодії в соціально-економічних системах різних рівнів і сфер діяльності.
Місце дисципліни в логічній схемі	Обов'язкова навчальна дисципліна; курс навчання – третій, семестр шостий. Дисципліна вивчається після таких навчальних дисциплін: ППО 6. Інформаційні технології в менеджменті, ППО 12 Цифровий менеджмент, ППО 17 Маркетинг. Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін ППО 26 Економічне обґрунтування управлінських рішень П 4. Переддипломна практика, Бакалаврська робота
Обсяг навчальної дисципліни	3,0 кредитів ЄКТС / 90 годин, у тому числі самостійної роботи – 56 годин, лекційних –16 годин, семінарських – 18 годин.
Форма навчання	Денна.
Тижневе навантаження	6,5 годин (2,5 годин аудиторних занять згідно розкладу, 4 години самостійної роботи).
Мова викладання	Українська.
Формат вивчення навчальної дисципліни	Офлайн/онлайн: семінарські заняття, консультації, залік. Онлайн/офлайн: лекції, консультації. Для осіб з особливими освітніми потребами, у разі необхідності, розробляється індивідуальний формат вивчення навчальної дисципліни.
Необхідне	Мультимедійний проектор, комп'ютер

обладнання					
Зміст навчальної дисципліни та організація поточного та підсумкового контролю	Години (лек. / сем. / СРС)	Тема	Методи навчання та форми поточного контролю	Максимальна кількість балів	
	2/2/5	Поняття та інструменти цифрового маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,3 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0	
	2/0/7	Е-mail маркетинг	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,2 Семінарське заняття – 0 СРС – 2,0	
	0/2/7	Аудит цифрового маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 3,0	
	0/2/6	Види та стратегії цифрового маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0	
	2/2/5	SEO-просування	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,3 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0	
	4/2/6	Цифровий маркетинг соціальних мережах в	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 2,5 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0	
	4/4/6	Таргетинг	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 2,5 Семінарське заняття – 5;5 СРС – 2,0	
	2/2/5	Брендинг цифровому середовищі у	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,2 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0	
	0/2/9	Перспективи розвитку цифрового маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 3,0	
Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни	1. Борисова Т.М. Комплексний Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 272 с. 2. Завалій Т.О., Захаров Д.М. Таргетинг: навчальний посібник [Електронне видання]. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2024. 185 с. 3. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2.: навчальний посібник. Херсон. Олді-плюс.2018.164 с. 4. Лаврук О.С. Цифровий маркетинг в дії («Digital Marketing In Action») [електронне видання]: конспект лекцій з навчальної дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент. Кам'янець- Подільський: К-ПНУ, 2022. 110 с. 5. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2011. 332 с. 6. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є.				

	Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с. 7. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с. 8. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку: навч. посібн. [Електронне видання]. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.
Методи навчання та форми поточного контролю	<i>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж» (розміщені у бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php))</i> Під час лекційних занять застосовуються: 1) традиційний усний виклад змісту теми; 2) створення проблемних ситуацій; 3) слайдова презентація; 4) експрес-опитування, діалог, дискусія; 5) методи активного слухання та методи зворотного зв'язку. На семінарських та практичних заняттях застосовуються: 1) дискусійне обговорення проблемних питань; 2) вирішення ситуаційних завдань та кейсів із застосуванням сучасних інформаційних технологій; 3) методи активного слухання, диференціації та методи рефлексії. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни може проводитися у формах: 1) усне або електронне (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу; 2) усне або електронне (у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях; 3) виконання практичних завдань із застосуванням сучасних інформаційних технологій; 4) вирішення розрахункових завдань; 5) захист підготовленої презентації.
Політика щодо дедлайнів та перекладання	Перекладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП, затвердженим рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол № 16, введеним в дію наказом від 08.06.2016 р. № 359/16 (в редакції рішення вченої ради ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року, протокол № 1, з 01 вересня 2020 року, наказ ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року № 312/20) (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta). Перекладання лекцій: виконання завдання за темою пропущеної лекції Перекладання семінарських занять: виконання тестових завдань, розміщених за кожною темою у Google класі «Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж» (код приєднання: afevd24).
Підсумковий контроль	Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних матеріалах дисципліни «Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж» (у Google класі «Цифровий маркетинг та аналітика соціальних мереж» (код приєднання: kj2ceav) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php)).
Критерії	1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП, затверджене

оцінювання	рішенням вченої ради від 29.05.2017 р., протокол № 14, введене в дію наказом від 06.06.2017 р. № 279/17, зі змінами від 2020 року (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta). 2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права, введене в дію наказом від 19.02.2019 р. № 74/19 (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta).
Порядок отримання додаткових балів	Студент може отримати додаткові бали за участь у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо, за публікацію наукової статті за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, за участь у роботі студентського наукового гуртка «Управління підприємницькою діяльністю в регіоні».
Політика академічної доброчесності	Розділ «Етика, академічна доброчесність та антикорупційна політика» на сайті Університету (https://univer.km.ua/pro-universytet/etyka-akademichna-dobrochesnist-ta-antykorupsiyna-polityka-0)
Політика врегулювання конфліктів	Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (https://www.univer.km.ua/sites/default/files/Вакант%20пос/Акад%20доброч/Етичний_кодекс.pdf).
Зворотній зв'язок	1) Під час аудиторних занять, консультацій. 2) За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.

Обліковий обсяг 0,3 ум.др.арк.