

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра Мехатроніки та електротехніки (№ 305)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова НМК 2

 Д.М. Кравчук
(підпис) (ініціали та прізвище)

« 30 » серпня 2024 р.

**СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Цифровий маркетинг для бізнесу

Математично-технічний блок

Галузь знань: 10 «Природничі науки», 11 «Математика та статистика», 12 «Інформаційні технології», 16 «Хімічна інженерія та біоінженерія» («Хімічна та біоінженерія»), 17 Електроніка, автоматизація та електронні комунікації, 19 «Архітектура та будівництво»

Спеціальність: 101 Екологія, 103 Науки про Землю, 113 Прикладна математика, 121 Інженерія програмного забезпечення, 122 Комп'ютерні науки, 123 Комп'ютерна інженерія, 124 Системний аналіз, 125 Кібербезпека та захист інформації (Кібербезпека), 126 Інформаційні системи та технології, 134 Авіаційна та ракетно-космічна техніка (освітня програма «Інтелектуальні безпілотні транспортні засоби»), 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка (освітня програма «Комп'ютерно-інтегроване управління в енергетиці»), 163 Біомедична інженерія, 172 Електронні комунікації та радіотехніка (Телекомунікації та радіотехніка), 173 Авіоніка, 174 Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка, 175 Інформаційно-вимірювальні технології, 176 Мікро- та наносистемна техніка, 193 Геодезія та землеустрій, 272 Авіаційний транспорт

Освітня програма: усі освітні програми за відповідними спеціальностями

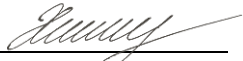
Форма навчання: денна

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Силабус введено в дію з 01.09.2024 року

Харків – 2024 р.

Розробник: Хом'як Е.А., Ph.D., ст. викладач
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь та вчене звання)

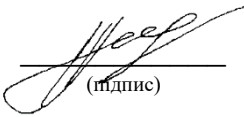

(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри мехатроніки та електротехніки (№305)

(назва кафедри)

Протокол № 1 від « 29» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри д.т.н., професор
(науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

Р.М. Тріш
(ініціали та прізвище)

Погоджено з представником здобувачів освіти:

Здобувач гр. 339


(підпис)

Микола Тодоров
(ім'я та прізвище)

Загальна інформація про викладача



ПІБ: Хом'як Едуард Анатолійович

Посада: Старший викладач кафедри мехатроніки та електротехніки

Науковий ступінь: Ph.D.

Вчене звання:

Перелік дисциплін, які викладає:
Електроматеріалознавство, електричні частини станцій та підстанцій, електричні апарати, основи електропостачання

Напрями наукових досліджень:

Якість та надійність обладнання атомних електростанцій

Контактна інформація:

Тел.: 0984029178

E-mail: e.khomiak@khai.edu

Робоче місце: літаковий корпус, ауд. 114.

1. Опис навчальної дисципліни

Семестр, в якому викладається дисципліна – 4

Обсяг дисципліни: 5 кредитів ЄКТС/ 150 годин, у тому числі аудиторних – 64 год., самостійної роботи здобувачів – 86 год.

Форма здобуття освіти – денна

Дисципліна – Вибіркова

Види навчальної діяльності – лекції, практичні заняття, самостійна робота

Види контролю – модульний контроль, іспит

Мова викладання – українська

Пререквізити – вища математика

Кореквізити

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: Сформувати у студентів комплексне розуміння принципів, стратегій та інструментів цифрового маркетингу, а також розвинути практичні навички їх застосування для ефективного просування бізнесу в цифровому середовищі.

Завдання: Забезпечити студентів теоретичними знаннями та практичними навичками з розробки, впровадження та аналізу стратегій цифрового маркетингу для ефективного просування бізнесу в онлайн-середовищі.

Компетентності, які набуваються:

- Здатність розробляти комплексні стратегії цифрового маркетингу.
- Вміння ефективно використовувати соціальні медіа для бізнес-цілей.
- Навички створення та оптимізації контенту для різних цифрових платформ.
- Здатність проводити SEO-оптимізацію та керувати PPC-кампаніями.
- Вміння аналізувати ефективність маркетингових кампаній за допомогою веб-аналітики.
- Здатність адаптуватися до нових цифрових технологій та тенденцій у маркетингу.

Очікувані результати навчання:

знати:

- Основні концепції та термінологію цифрового маркетингу.
- Принципи функціонування різних цифрових маркетингових каналів.
- Методи створення та оптимізації контенту для цифрових платформ.
- Основи SEO та PPC-реклами.
- Інструменти веб-аналітики та методи інтерпретації даних.
- Правові та етичні аспекти цифрового маркетингу.

вміти:

- Розробляти та впроваджувати стратегії цифрового маркетингу.
- Ефективно управляти маркетинговими кампаніями в соціальних мережах.
- Створювати та оптимізувати контент для різних цифрових платформ.
- Проводити базову SEO-оптимізацію веб-сайтів.
- Налаштовувати та керувати PPC-кампаніями.
- Використовувати інструменти веб-аналітики для оцінки ефективності маркетингових кампаній.
- Адаптувати маркетингові стратегії на основі аналізу даних та ринкових тенденцій.

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Основи цифрового маркетингу

Тема 1: Вступ до цифрового маркетингу

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 1: Основи цифрового маркетингу Лекція 2: Цифрові канали та платформи Практичне 1: Аналіз цифрових маркетингових стратегій та створення плану

Тема 2: Контент-маркетинг

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 3: Стратегії створення контенту (2 год) Лекція 4: Оптимізація та дистрибуція контенту (2 год) Практичне 2: Розробка контент-плану та створення різних типів контенту (4 год)

Тема 3: Маркетинг у соціальних мережах

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 5: Стратегії соціальних медіа Лекція 6: Управління спільнотами в соціальних мережах Практичне 3: Розробка стратегії для соціальних мереж та створення контенту

Тема 4: Пошукова оптимізація (SEO)

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 7: Основи SEO Лекція 8: Технічні аспекти SEO Практичне 4: SEO-аудит та оптимізація веб-сайту

Тема 5: Контекстна реклама (PPC)

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 9: Основи PPC-реклами Лекція 10: Стратегії та оптимізація PPC-кампаній Практичне 5: Створення та оптимізація PPC-кампаній

Тема 6: Email-маркетинг та автоматизація

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 11: Стратегії email-маркетингу Лекція 12: Автоматизація маркетингу Практичне 6: Розробка та аналіз email-кампаній, налаштування автоматизації

Тема 7: Веб-аналітика

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 13: Основи веб-аналітики Лекція 14: Ключові метрики та їх інтерпретація Практичне 7: Налаштування інструментів аналітики та аналіз даних

Тема 8: Тренди та інновації в цифровому маркетингу

Форми занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Обсяг аудиторного навантаження – 8 год

Лекція 15: Нові технології в цифровому маркетингу Лекція 16: Інтеграція цифрового маркетингу в бізнес-стратегію Практичне 8: Дослідження трендів та розробка інноваційної маркетингової кампанії

Модульний контроль.

4. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачені навчальним планом.

5. Методи навчання

Проведення аудиторних занять (лекції, практичні заняття, модульний контроль), індивідуальні консультації (при необхідності), самостійна робота здобувачів за матеріалами, опублікованими кафедрою.

6. Методи контролю

Проведення поточного контролю вивчення дисципліни на практичних заняттях, письмових модульних контролів, фінальний контроль у вигляді іспиту.

7. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Робота на лекціях	0...2	16	0...32
Виконання і захист практичних робіт	0...6	8	0...48
Модульний контроль	0...20	1	0...20
Усього за семестр			0...100

Білет для заліку складається з двох теоретичних запитань та задачі (практичне завдання). Максимальна кількість балів за одне теоретичне запитання – 30 балів. Максимальна кількість балів за практичне завдання – 40 балів.

При складанні семестрового заліку здобувач має можливість отримати максимум 100 балів.

Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

Задовільно (60-74). Мати мінімум знань та умінь. Відпрацювати та захистити всі практичні завдання.

Добре (75 - 89). Твердо знати мінімум знань, виконати усі завдання. Показати вміння виконувати та захищати всі практичні завдання в обумовлений викладачем строк з обґрунтуванням рішень та заходів, які запропоновано у цих завданнях.

Відмінно (90 - 100). Здати всі контрольні точки з оцінкою «відмінно». Досконально знати всі теми та уміти застосовувати їх.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

8. Політика навчального курсу

Пропущені заняття та невиконані завдання відпрацьовуються здобувачами протягом семестру, в якому вивчається дисципліна під час самостійної роботи. Захист завдань здійснюється на щотижневих консультаціях викладача.

Завдання, які видаються здобувачу є унікальними та ґрунтуються виключно на навчально-методичних матеріалах, розроблених та надрукованих викладачем.

9. Методичне забезпечення

Електронний ресурс, на якому розміщено навчально-методичний комплекс дисципліни:

[https://library.khai.edu/;](https://library.khai.edu/)

[https://mentor.khai.edu/.](https://mentor.khai.edu/)

10. Рекомендована література:

1. Філіп Котлер, Гермаван Картаджайя, Іван Сетіаван. "Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового".
2. Дейв Чаффі, Фіона Елліс-Чедвік. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice".
3. Алан Карпентер. "Цифровий маркетинг для початківців".
4. Дамір Халілов. "Маркетинг у соціальних мережах".
5. Ерік Енж, Стефан Спенсер, Ренд Фішкін. "The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization".
6. Річард Румельт. "Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters".
7. Пол Роеццер. "The Marketing Performance Blueprint".
8. Джо Пулізі. "Epic Content Marketing".
9. Нейл Пател, Ерік Сіу. "Hustle: The Power to Charge Your Life with Money, Meaning, and Momentum".
10. Марк Шефер. "Marketing Rebellion: The Most Human Company Wins".

Допоміжна література:

1. Раян Голідей. "Growth Hacker Marketing".
2. Сет Годін. "This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See".
3. Джон Янч. "Duct Tape Marketing Revised and Updated: The World's Most Practical Small Business Marketing Guide".
4. Енн Гендлі. "Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content".
5. Гарі Вайнерчук. "Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World".
6. Авінаш Кошик. "Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity".
7. Марк Шефер. "Known: The Handbook for Building and Unleashing Your Personal Brand in the Digital Age".
8. Пеппі Маршалл, Брайан Тодд. "Ultimate Guide to Google AdWords: How to Access 100 Million People in 10 Minutes".
9. Ден Заррелла. "The Science of Marketing: When to Tweet, What to Post, How to Blog, and Other Proven Strategies".
10. Джей Баєр. "Youtility: Why Smart Marketing Is about Help Not Hype".

11. Інформаційні ресурси

1. Бібліотечно-інформаційний ресурс (книжковий фонд, періодика, фонди на електронних носіях тощо) бібліотеки Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка (<https://korolenko.kharkov.com/>, 61003, Харків, пров. Короленка, +38 (057) 731-11-01), Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua/>, Київ, просп. Голосіївський, 3, тел. +380 (44) 525-81-04) та інших бібліотек (на розсуд викладача).

2. Інституційний репозитарій Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» (наукові статті, автореферати дисертацій та дисертації, навчальні матеріали, студентські роботи, матеріали конференцій, патенти, комп'ютерні програми, статистичні матеріали, навчальні об'єкти, наукові звіти).

3. Сайт кафедри: <https://k305.khai.edu>.