



**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ В МАРКЕТИНГУ»**

Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг і реклама»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	5
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Трушкіна Наталія Валеріївна , кандидат економічних наук, старший дослідник, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: Trushkina@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	Денна форма навчання					
	4	120	16	26	78	Екзамен
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Екзамен

Опис дисципліни	Навчальна дисципліна «Цифрові технології та інструменти у маркетингу» є обов'язковою компонентою навчального плану. Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти системних знань про сучасні цифрові технології та інструменти маркетингу, а також набуття практичних навичок їх застосування для планування, реалізації та оцінювання ефективності маркетингових стратегій у цифровому середовищі. Завдання вивчення навчальної дисципліни: ознайомлення здобувачів освіти з теоретичними засадами цифрового маркетингу та його роллю в сучасній економіці; формування розуміння принципів функціонування цифрових платформ, онлайн-каналів комунікації та інструментів просування; набуття практичних навичок використання інструментів веб-аналітики, SMM, SEO, контент-маркетингу, email-маркетингу та таргетованої реклами; розвиток умінь планувати та реалізовувати цифрові
------------------------	---

	маркетингові кампанії відповідно до цілей бізнесу; формування здатності аналізувати та оцінювати ефективність цифрових маркетингових рішень на основі ключових показників (KPI, ROI тощо); розвиток критичного мислення щодо етичних, правових та безпекових аспектів використання цифрових технологій у маркетингу. Формат проведення дисципліни: лекції, практичні (семінарські) заняття, лабораторні заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації
Професійні компетентності	ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
Програмні результати навчання	ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
Програма навчальної дисципліни	Змістовий модуль 1. Теоретичні засади формування та забезпечення маркетингової інформаційної системи Тема 1. Інформація, інформаційні системи, інформаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю. Тема 2. Характеристика інформаційних систем маркетингу. Особливості функціонування забезпечувальної частини інформаційної системи маркетингу. Тема 3. Методологічні принципи створення маркетингових інформаційних систем. Тема 4. Технічне забезпечення інформаційних систем маркетингу. Сутність та особливості E-mail маркетингу. Тема 5. Інформаційне забезпечення інформаційних систем маркетингу. Основні інструменти SEO. Тема 6. Програмне забезпечення інформаційних систем маркетингу. Web-аналітика. Тема 7. Автоматизоване робоче місце маркетолога. Змістовий модуль 2. Особливості використання сучасних цифрових технологій та інформаційних систем у маркетинговій діяльності. Тема 8. Технологічні засоби реалізації маркетингових моделей. Тема 9. Організація маркетингових досліджень з використанням комп'ютерних технологій обробки інформації. Тема 10. Інформаційна технологія розв'язання задач з дослідження ринку та попиту на товар. Тема 11. Інформаційна технологія розв'язання задач з розрахунку цін на товари. Тема 12. Інформаційна технологія розв'язання задач з рекламної діяльності. Особливості цифрової реклами. Тема 13. Клієнтоорієнтовані інформаційні системи. Тема 14. Сучасні цифрові технології для управління маркетинговою діяльністю.
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, пояснення, обговорення теоретичних

	питань і прикладних аспектів, дискусії, ілюстративно-роздатковий матеріал. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, письмове виконання практичних занять, кейсові ситуації, письмове виконання лабораторних робіт, методи «мозкового штурму», дослідницькі методи.
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери, програма BAS бухгалтерія, програмний продукт Дебет Плюс, демоверсії програми CRM та її додатків. Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОО є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: <i>Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОО, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.</i> Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОО та Положення про академічну доброчесність у НАСОО у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.8.3 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОО, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, контрольна робота, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми» Політика щодо відвідування занять. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. Політика щодо перескладання. Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОО, 25 травня 2020 р., протокол № 9.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бутенко Т. А., Сирий В. М. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. Харків: ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2020. 207 с.
2. Конспект лекцій з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / Укл.: Д. В. Широкоград. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 51 с.

3. Чмир І. О. Електронна комерція: конспект лекцій. Одеса: Одеський державний екологічний університет, 2021. 148 с.
4. Карпенко М. Ю. Електронна комерція: конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 146 с.
5. 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.
6. Семененко Ю. С. Оптимізація бізнес-процесів відділу маркетингу за допомогою інформаційних технологій. *Бізнес Інформ*. 2024. № 1. С. 95-103. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-95-103>.
7. Кіпоренко С. С., Топіна Р. П. Використання інформаційних систем в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств. *Ефективна економіка [Електронний ресурс]*. 2019. № 11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.170>.
8. Kwilinski A., Hryhorak M., Trushkina N. Transformation of the customer relationship management system in the digital economy. *Artificial intelligence as a basis for the development of the digital economy: textbook* / Edited by I. Tatomyr, Z. Kvasnii; The Precarpathian Institute named of M. Hrushevsky of Interregional Academy of Personnel Management. Praha: OKTAN Print s.r.o., 2021. P. 350-360.
9. Bezpartochna O., Misyuckevich V., Trushkina N. E-commerce trends in the digital economy. *Artificial intelligence as a basis for the development of the digital economy: textbook* / Edited by I. Tatomyr, Z. Kvasnii; The Precarpathian Institute named of M. Hrushevsky of Interregional Academy of Personnel Management. Praha: OKTAN Print s.r.o., 2021. P. 367-376.
10. Храпкіна В., Трушкіна Н. Застосування штучного інтелекту у цифровому маркетингу. *Поведінкова економіка: від теорії до практики: міждисц. навч. посіб.* / за наук. ред. І. Л. Татомир, Л. Г. Квасній; Прикарпатський ін-т імені Михайла Грушевського ПрАТ ВНЗ «МАУП». Трускавець: ПОСВІТ, 2022. С. 300-311.
11. Kwilinski A., Trushkina N., Birca I., Shkrygun Yu. Organizational and Economic Mechanism of the Customer Relationship Management under the Era of Digital Transformations. *E3S Web of Conferences*. 2023. Vol. 456. Article 05002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345605002>.
12. Трушкіна Н. В., Патlachук Т. В. Науково-методичне забезпечення формування системи управління взаємовідносинами зі споживачами в цифровому просторі. *Бізнес Інформ*. 2023. № 9. С. 331-345. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-331-345>.
13. Kwilinski A., Trushkina N., Remyha Yu., Patlachuk T. Impact of Artificial Intelligence on Customer Relationship Management: a Bibliometric Analysis. *Proceedings of International Conference on Applied Innovation in IT*. 2025. Vol. 13. Iss. 1. P. 295-303. <http://dx.doi.org/10.25673/119246>.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Цифрові технології та інструменти в маркетингу» направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
Денна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 1 до 3 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 14 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 14 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	-
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 70
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: завдання розрахункового характеру; розв’язок ситуаційних завдань, презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

Практичні заняття передбачають обговорення питань теми, проведення дискусій з основних проблем і питань, які розглядаються на практичному занятті. Робота на практичному занятті передбачає усне та письмове опитування. Максимальна кількість балів, отримана здобувачем вищої освіти на практичному занятті становить 3 бали. Самостійна робота здобувачів вищої освіти полягає в опрацюванні проблемних теоретичних і практичних питань, а також підготовці реферату. Виконання самостійної роботи оцінюється під час проведення практичних занять у вигляді опитування в тому числі за питаннями, які виносяться на самостійну роботу.

Шкала оцінювання роботи здобувачів вищої освіти на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому літературу.
1-2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Критерії оцінювання модульного контролю

Формою модульного контролю є модульні контрольні роботи, які проводяться у формі тестових завдань закритої форми, що формуються та виконуються в системі Moodle, та оцінюються від 0 до 14 балів

Критерії оцінювання підсумкового контролю

Формою підсумкового контролю є екзамен, який проводиться у формі письмової контрольної роботи, що завантажується в системі Moodle, та оцінюється від 0 до 30 балів.

Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
Відмінно	90-100	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
Добре	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
Добре	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
Задовільно	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
Задовільно	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.

Незадовільно	35-59	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління. Протокол № 1 від 29 серпня 2025р.