



**Силабус навчальної дисципліни  
«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»  
Освітньо-професійної програми «Туризмознавство»**

**Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»**

**Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
<b>Курс</b>	3
<b>Семестр</b>	5 (п'ятий)
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити / 120 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отримання систематичних, теоретичні знання в галузі цифрового маркетингу;</li> <li>- ознайомлення з сутністю та основними функціями цифрового маркетингу, його роллю у розвитку бізнесу;</li> <li>- вивчити основні інструменти інтерактивного маркетингу;</li> <li>- вивчити зміст та особливості віртуальних маркетингових комунікацій;</li> <li>- надати можливість майбутньому фахівцю об'єктивно оцінювати економічні процеси результативності маркетингу в Інтернет-мережі.</li> </ul>
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Метою курсу є формування системи знань та вмінь у сфері цифрового (інтерактивного, digital -) маркетингу, розробки та проведення маркетингових заходів в мережі Інтернет, необхідних для ведення бізнесу в цифровому середовищі та аналізу діяльності галузі.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<p>Здобувачі вищої освіти повинні досягти таких результатів навчання:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– об'єкт, предмет і методи цифрового маркетингу;</li> <li>– етапи становлення і розвитку цифрового маркетингу;</li> <li>– тренди цифрового маркетингу поточного року;</li> <li>– особливості бізнесу в цифровому середовищі;</li> <li>– основні методи цифрового маркетингу.</li> <li>– основні інструменти цифрового маркетингу та особливості їх застосування в туризмі;</li> <li>– теоретичні основи маркетингових досліджень та Інтернет-аналітики;</li> <li>– поняття та особливості «великих даних»;</li> <li>– особливості управлінських систем для он-лайн роботи в туризмі.</li> </ul> <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ПРН9). Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.</li> <li>– ПРН10). Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративноуправлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).</li> <li>– давати визначення основних термінів цифрового маркетингу;</li> <li>– аналізувати та порівнювати тренди в галузі;</li> <li>– використовувати функції «Google Мій бізнес»;</li> <li>– розробляти контент плани для сайтів та соціальних мереж;</li> <li>– розробляти контент-стратегію та стратегію просування у соцмережах;</li> <li>– визначати цільову аудиторію;</li> <li>– створювати рекламне оголошення (для Google Ads).</li> <li>– користуватися Google Analytics.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу</li> <li>– ЗК6. Здатність шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел</li> </ul>

<p><b>уміннями (компетентності)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– К7. Здатність зосереджуватись на якості та результаті при виконанні завдань</li> <li>– ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікативних технологій</li> <li>– ЗК9. Здатність визначати, формулювати і вирішувати проблеми</li> <li>– ЗК13. Здатність планувати час та управляти ним</li> <li>– ФК1. Знання та розуміння предметної області своєї професії</li> <li>– ФК2. Уміння застосовувати фахові знання на практиці</li> <li>– ФК8. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єктів туристичного і авіаційного бізнесу.</li> <li>– ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал</li> <li>– ФК11. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку</li> <li>– ФК12. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу</li> <li>– ФК13. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації</li> <li>– ФК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці</li> <li>– ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства, зокрема у сфері цивільної авіації та туризму.</li> </ul>
<p><b>Навчальна логістика</b></p>	<p>Зміст дисципліни:  Тема 1. Основи цифрового маркетингу. Тема 2. Тренди цифрового світу. Тема. 3. Цифрові можливості розвитку бізнесу. Тема 4. Основні методи цифрового маркетингу. Тема: 5. Інструменти інтернет-маркетингу для просування туристичного бізнесу. Тема 6. Маркетингові дослідження в мережі Інтернет . Тема 7. Інтернет-аналітика цифрового маркетингу. Тема 8. Взаємодія з командою та бізнес-процеси в туризмі  Види занять: Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації.  Методи навчання: метод «мозкового штурму», робота в міні-групах, «ділова гра», моделювання ситуацій, «семінар-дискусія», презентація.  Форми навчання: денна, заочна.</p>
<p><b>Пререквізити</b></p>	<p>Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Туроперейтинг» та «Маркетинг в туризмі»</p>
<p><b>Пореквізити</b></p>	<p>Дана дисципліна є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Менеджмент якості авіаційних послуг в туризмі», «Організація міжнародного туризму».</p>
<p><b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b></p>	<p><b>Навчальна та наукова література:</b>  1. . Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – К, КМ-Букс. -2018 с.  2. . Крикавський Є. В., Дейнега О.В., Дейнега І.О., Шелюк Л. О., Кратт О. А., Патора Р. Маркетингова інформація : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 416 с.  3. . Литовченко І.Л., Пилипчук В. П. Інтернет&amp;маркетинг : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2018. 184 с.  4. . Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. — Одеса: Астропринт, 2017. — 292 с.</p>
<p><b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b></p>	<p>Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять</p>
<p><b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b></p>	<p>Диференційований залік</p>
<p><b>Кафедра</b></p>	<p>Кафедра міжнародного туризму та країнознавства</p>
<p><b>Факультет</b></p>	<p>Факультет міжнародних відносин</p>

<b>Викладач(і)</b>	<b>БУТ МАРИНА ГРИГОРІВНА</b> <b>Посада:</b> доцент <b>Науковий ступінь:</b> кандидат географічних наук <b>Вчене звання:</b> <b>Профайл викладача:</b> <b>Тел.:</b> 406-74-54 <b>E-mail:</b> marina.rudneva@gmail.com <b>Робоче місце:</b> 7.219
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс