

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри маркетингу

Куваєва Т.В. _____

«14» листопада 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування 29 Міжнародні відносини
Спеціальність	075 Маркетинг, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус	вибіркова (фахова)
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	8-й семестр, 15 чверть
Мова викладання	українська

Викладач: старший викладач кафедри маркетингу Макуха Ю.М.

продовжено: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2025

Робоча програма навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг» для здобувачів 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 075 Маркетинг 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2025. 13 с.

Розробник:

– Макуха Юрій Михайлович, старший викладач кафедри маркетингу

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	5
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	6
6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ	7
6.1. Шкали.....	7
6.2. Засоби та процедури	7
6.3. Критерії.....	8
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни «Цифровий маркетинг» – отримання здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок в сфері цифрового маркетингу з метою використання їх у практичній діяльності та надати практичні навички щодо використання цифрового маркетингу у діяльності економічних суб'єктів та їх майбутньої професійної діяльності.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг», що є вибірковою дисципліною, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)
	зміст
ДРН-01	володіти знаннями в галузі планування маркетингової діяльності в мережі Інтернет
ДРН-02	формувати вміння і навичок використання інструментів цифрового маркетингу при веденні діяльності економічними суб'єктами
ДРН-03	сформувати розуміння та усвідомлення Інтернету як засобу цифрової комунікації
ДРН-04	сформувати вміння та навички роботи з пошуковими системами
ДРН-05	володіти знаннями щодо особливостей цифрового маркетингу на мобільних платформах
ДРН-06	володіти базовими принципом оцінки ефективності цифрової маркетингової діяльності

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Базовими дисциплінами є освітні компоненти, що вивчалися здобувачами на попередніх курсах, які формують компетентності зі здатності до ініціативності, відповідальності та навичок щодо безпечної діяльності майбутнього профілю роботи.

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	24	36	60	6	54
практичні	60	24	36	60	6	54

лабораторні	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	48	72	120	12	108

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	44
ДРН-01 ДРН-03	1. Цифровий маркетинг у сучасному бізнес-середовищі. Історія розвитку, терміни, значення Місце цифрового маркетингу в структурі сучасного маркетингу Основні складові цифрового маркетингу	6
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03	2. Інтернет, як основа цифрового маркетингу Структура Інтернету Структура інформації в мережі Інтернет Структура аудиторії Інтернету Способи та засоби аналізу інформації в мережі Інтернет	6
ДРН-02 ДРН-03 ДРН-04	3. Пошукові системи Основні пошукові системи Інтернету Історія розвиток пошукових систем Поняття SEO та історія розвитку	6
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03	4. Сайти в мережі Інтернет Веб-сайт як інструмент маркетингу Роль веб-сайту в діяльності фірми Види, типи, призначення сайтів Побудова та адміністрування сайтів	6
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03	5. Реклама в мережі інтернет Види реклами в мережі Інтернет SMS реклама E-mail реклама Банерна реклама Контекстна реклама Таргетована реклама Реклама через месенджери та соціальні мережі	8
ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05	6. Мобільний цифровий маркетинг Розвиток мобільного Інтернету та мобільного маркетингу Мобільні додатки Особливості застосування мобільних пристроїв у цифровому маркетингу Перспективи розвитку мобільного цифрового маркетингу	6
ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	7. Аналіз ефективності цифрового маркетингу Вимірювання ефективності сайтів Вимірювання ефективності рекламної компанії Вимірювання ефективності мобільних додатків	6
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	76

ДРН-01	1. Пошукові системи і їх принципи роботи	10
ДРН-02	2. Аналіз оформлення сайту	8
ДРН-03	3. Аналіз веб-сайтів на вміст інформації	10
ДРН-04	4. План створення сайту компанії	10
ДРН-05	5. Неймінг сайту, демен, хостинг	10
ДРН-06	6. Правильне наповнення сторінки товару на торговому сайті	10
	7. Мобільний додаток компанії	8
	8. Аналіз ефективності діяльності сайту та мобільного додатку	10
РАЗОМ		120

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації

вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	відповіді на контрольні запитання	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента
	індивідуальні завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де а – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Достатнє володіння проблематикою галузі. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Достатня комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі.	60-64

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибамі (сумарно не реалізовано 10 вимог)	
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office:

Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365. При виконанні практичних та самостійних завдань студенти використовують доступ до мережі Інтернет, сервісів пошукових систем, сервісів інших сайтів.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Clarke A. SEO 2025: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies. London : Independently published, 2024. 350 p.
2. Парсяк В. Н. Цифровий маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 256 с.
3. Pulizzi J. Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses. New York : McGraw-Hill, 2021. 320 p.
4. Kasian Serhii Ya., Dziuba Radoslaw, Makukha Yu. M. Internet marketing support for product promotion in the digital information space. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2021, №1(13). [Digital source]. Access, 29.08.2022: <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-1/Kasian.pdf>. DOI: 10.32434/2415-3974-2021-13-1-169-175
5. Digital Marketing Institute. Digital Marketing Resources and eBooks. 2022–2025. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/resources>
6. Target Internet. Top Digital Marketing Books. 2023–2025. URL: <https://targetinternet.com/resources>.
7. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : навч. посіб. / за заг. ред. Н. В. Карпенко. Полтава : ПУЕТ, 2021. 342 с.
8. Максютенко І. Є. Електронний (цифровий) маркетинг : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2025. 280 с.
9. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. 3rd ed. London : Kogan Page, 2022. 384 p.
10. Касян Сергій, Макуха Юрій, Солонінко Ельвіра. Інформаційне забезпечення міжнародного маркетингового стратегічного планування, ціноутворення підприємств України в умовах воєнного стану. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2022. Випуск 62. С. 235–248. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2022.62.0.6218>. ISSN 2078-6115. Журнал зареєстрований у Міжнародному центрі періодичних видань (Франція). Журнал зареєстровано у міжнародній наукометричній базі Index Copernicus, <https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=11011>
11. Bowden T., Jepson T. Shoot the HiPPO: How to Be a Killer Digital Marketing Manager. Hoboken : Wiley, 2021. 256 p.
12. Godin S. This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See. New York : Portfolio, 2022. 288 p.
13. Томашевський Ю. М., Проскура В. Ф. Цифровий маркетинг: стратегії та інструменти для успішного онлайн-просування. Економічний журнал

- Одеського політехнічного університету. 2024. № 1. С. 45–53.
14. Янковець Т. Вебсайт у системі цифрового маркетингу. *Scientia Fructuosa*. 2023. № 2. С. 78–86.
 15. Пономаренко І. В., Ягельська К. Ю. Контент-маркетинг у цифровому брендингу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2024. № 1. С. 112–118.
 16. Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А. Цифрові маркетингові комунікації в Україні: сучасні тенденції. *Маркетинг і цифрові технології*. 2025. Т. 9, № 1. С. 14–22.
 17. Зінченко Т. Ю., Держак Н. О. Цифровий маркетинг як напрям розвитку маркетингової діяльності підприємств. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2021. № 2. С. 54–59.
 18. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. 7th ed. Harlow : Pearson Education, 2022. 672 p.
 19. Васенко Ю. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій підприємства. *Економічний простір*. 2025. № 186. С. 98–104.
 20. *Маркетинг і цифрові технології : науковий журнал*. Одеса : ОПУ, 2023–2025.
 21. Kasian S., Makukha Yu., Didukh T. Formation and evaluation digital communication channels with clients in current highly competitive markets. Abstracts of the XIV International Scientific and Practical Conference “Marketing and Logistics in the Management System”. Issue Responsible prof. Eugen Krykavsky. Ukraine, Lviv, October 28, 2022: Lviv : Department of Marketing and Logistics Lviv Polytechnic National University, Polytechnic Publishing House. P. 112-114. ISBN 978-966-941-763-3.
 22. Макуха Ю.М., Касян С.Я. Формування свідомої поведінки компанії з урахуванням сучасних інформаційних технологій в маркетингу, Збірка тез XIII-ї Міжнародної науково-практичної конференції «МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ» 22- 24 жовтня 2020 р
 23. Ivanov M.M. Analysis and classification of the Marketing 4.0 system. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. 2021. 1 (49), P.118-122. (DOI <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-1-49-22>)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальностей 075 Маркетинг,
291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**

Розробник:
Макуха Юрій Михайлович

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19