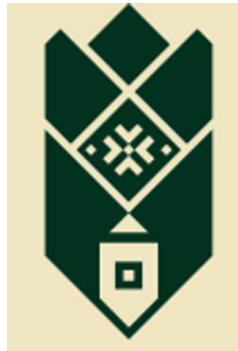


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Цифровізація маркетингу

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність D5 «Маркетинг»

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №5 від 19.02.2026р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Цифровізація маркетингу
Викладач	Кохан Ірина Василівна
Контактний телефон викладача	0963560132
E-mail викладача	iryna.kokhan@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЕКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/view/9701
Консультації	Середа 12.00 - 14.00, вул. Шевченка 57, каб. 801

2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліна «Цифровізація маркетингу» спрямована на формування у студентів системних теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та реалізації маркетингової діяльності підприємства в умовах цифрової економіки та інформаційного суспільства. Курс охоплює сучасні підходи до використання цифрових каналів комунікації, інструментів інтернет-маркетингу, аналітики даних, соціальних мереж, мобільних технологій і штучного інтелекту з метою підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

У межах дисципліни розглядаються засади функціонування цифрової економіки та платформізації, концепція маркетингової інформаційної системи, алгоритм проведення маркетингових досліджень, особливості формування системи маркетингу підприємства в Інтернет-середовищі, розвиток електронної та мобільної комерції, а також застосування технологій штучного інтелекту у контент-маркетингу та SEO-оптимізації. Значна увага приділяється розробці та впровадженню цифрових маркетингових стратегій, підвищенню лояльності клієнтів і управлінню взаємодією зі споживачами через цифрові платформи.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою курсу «Цифровізація маркетингу» є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо методології та організації маркетингової діяльності підприємств у цифровому середовищі, а також використання цифрових інструментів і маркетингової інформації для прийняття ефективних управлінських рішень в умовах цифрової економіки.

Ціль курсу полягає у вивченні комплексу питань, що розкривають зміст і особливості цифрового маркетингу, функціонування маркетингових інформаційних систем, використання інструментів інтернет-маркетингу, соціальних мереж, мобільних технологій та штучного інтелекту, а також обґрунтовують необхідність впровадження цифрових маркетингових стратегій у діяльність сучасних підприємств.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність (ІК). Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані (фахові) знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного 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.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування

ринків.

Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16 год.
семінарські заняття	14 год.
самостійна робота	60 год.

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
8	D5 «Маркетинг»	4	вибіркова

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі. Місце цифрового маркетингу в структурі сучасного маркетингу. Цифровий маркетинг як предмет дослідження. Основні складові цифрового маркетингу.	2	2	10
Тема 2. Маркетингова інформація в умовах інформаційного суспільства. Роль інформації для маркетингових досліджень. Маркетингові інформаційні системи. Концепція системи маркетингової інформації. Алгоритм процесу маркетингового дослідження. Цінність маркетингової інформації. Види маркетингової інформації. Процес збору та інтерпретації маркетингової інформації.	2	2	10
Тема 3. Формування системи маркетингу підприємства в середовищі інтернету. Системи електронної комерції в секторі B2B. Корпоративні представництва в Інтернеті. Віртуальні підприємства. Інтернет-інкубатори. Мобільна комерція. Види монетизації інтернет-ресурсів. Технології аналізу даних.	2	2	10
Тема 4. Digital-маркетинг – основна складова цифрової економіки.	2	2	10

Принципи функціонування цифрової економіки. Платформізація. E-commerce платформи. Цифровізація ланцюгів створення вартості. Нові шляхи додавання вартості, структурної трансформації та розвитку.			
Тема 5. Штучний інтелект у сучасному контент-маркетингу. Основи роботи алгоритмів штучного інтелекту в контексті генерації контенту. Застосування генеративних мовних моделей у створенні текстів. Вплив штучного інтелекту на SEO-показники.	2	2	5
Тема 6. Маркетинг у соціальних мережах. Основні поняття SMM. Ключові соціальні мережі в Україні і за кордоном. Інструменти SMM-маркетингу. Хештеги в SMM: стратегія збільшення охоплення та залученості	2	2	5
Тема 7. Мобільний цифровий маркетинг. Розвиток мобільного Інтернету та мобільного маркетингу. SMS-білінг. Інтеграція веб-ресурсів та SMS-сервісів. Важливість мобільних сайтів і додатків у маркетинговій діяльності фірми.	2	1	5
Тема 8. Стратегії цифрового маркетингу. Особливості формування цифрових маркетингових стратегій. Етапи розробки цифрових маркетингових стратегій. Підвищення лояльності клієнта компанії з метою здійснення повторного продажу.	2	1	5
Загальна кількість:	16	14	60

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>Оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти з усіх видів навчальної роботи здійснюється за стобальною шкалою: залік (100 балів). Накопичення балів студентом під час вивчення дисципліни проводиться у такому співвідношенні:</p> <p>Поточне оцінювання 0-60 балів; Самостійна робота 0-20 балів; Індивідуальне завдання 0-20 балів;</p> <p>За кожен вид робіт студент отримує оцінку в 100 бальній шкалі.</p> <p>Знання оцінюються як з теоретичної, так і з практичної підготовки відповідно до національної шкали за такими критеріями:</p> <p>“відмінно” 90-100 балів– студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>“добре” 70-89 балів– студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності в розв’язках;</p> <p>“задовільно” 50-69– студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповідях, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” 0-49 балів – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p> <p>Підсумкова оцінка з дисципліни у стобальній шкалі переводиться у національну шкалу та шкалу ECTS за такою схемою:</p>
---	---

	Шкали оцінювання		
	університетська	національна	шкала ЄКТС
	90-100	відмінно	A
	80-89	добре	B
	70-79		C
	60-69	задовільно	D
	50-59		E
	26-49	незадовільно (з можливістю повторного складання)	FX
	1-25	незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)	F

Вимоги до письмових робіт	Відповідно до навчального плану, студент виконує одну контрольну роботу. Головна її мета – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Студенти заочної форми навчання виконують контрольну роботу у формі домашньої контрольної роботи та захищають під час останнього практичного заняття. У разі відсутності здобувача при написанні контрольної роботи йому надається можливість виконати цей вид роботи в межах індивідуально-консультативної роботи з викладачем або в межах визначеного викладачем відповідного практичного заняття.
Практичні заняття	<p>Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів.</p> <p>Практичне заняття включає проведення контролю знань, умінь, навичок та компетентностей, постановку загальної проблеми (завдання) викладачем та її обговорення за участю здобувачів вищої освіти, розв'язання задач з їх обговоренням, вирішення контрольних завдань, їх перевірку та оцінювання. Зазвичай з кожної теми лекційного курсу на практичні заняття виносять задачі, які дають змогу студенту ширше застосувати здобуті знання та підготуватися до самостійного виконання домашнього завдання. Оцінки, які отримав здобувач вищої освіти за практичні заняття, вносяться до журналу навчальної групи та враховуються при визначенні підсумкової оцінки з даної навчальної дисципліни.</p>
Самостійна робота	<p>Загальний обсяг годин самостійної роботи студента, що відводиться на вивчення дисципліни складає 60 годин. Студентам пропонується виконання протягом семестру завдань, що розміщені у Системі дистанційного навчання Карпатського національного університету імені В. Стефаника</p> <p>Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять); 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання; 3) підготовка індивідуального завдання. <p>Тестування по кожній темі проходить у дистанційній системі навчання. Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання. Метою підготовки індивідуального завдання є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.</p>
Умови допуску до	Здобувач освіти вважається допущеним до семестрового контролю з

підсумкового контролю	навчальної дисципліни, якщо він виконав усі види робіт, передбачені силабусом
Підсумковий контроль	Залік (100 балів), контроль самостійної роботи та індивідуальне завдання включено.

7. Політика навчальної дисципліни

Матеріально-технічне забезпечення	<p>Для навчання використовується мультимедійне обладнання: проектори для презентацій та інтерактивний сенсорний монітор.</p> <p>Навчальний процес забезпечується інформаційними, навчальними, методичними ресурсами, розміщеними на платформі дистанційного навчання https://d-learn.pnu.edu.ua/, наявністю корпоративної пошти.</p> <p>Функціонують комп'ютерні класи, наукова бібліотека університету з доступом до мережі Інтернет, ресурси якої доступні через сайт університету: http://lib.pnu.edu.ua/, http://lib.pnu.edu.ua/elibrary.php., електронний репозитарій: http://lib.pu.if.ua:8080/</p>
Академічна доброчесність	<p>Студенти повинні дотримуватись академічної доброчесності, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; - надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. <p>Порушенням академічної доброчесності є: плагіат, фальсифікація, списування тощо.</p> <p>Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення. Списування під час контрольних робіт та екзамену заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для виконання он-лайн тестування. Для обчислень можна використовувати калькулятор.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 2. Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 3. Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 4. Положення про запобігання академічному плагіату у Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 5. Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://cnu.edu.ua/polozhennia-pro-zapobihannia-plahiatu/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (співбесіда, реферат тощо).</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентує «Порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію. наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 19 травня 2023 р. №</p>

	309. Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/09/poriadok-orhanizatsiia-provedennia-otsiniuvannia-uspishnosti-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity.pdf
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Пропущені практичні, семінарські та лабораторні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій.
Невідповідна поведінка під час заняття	Студенти повинні вчасно приходять на заняття, відповідно до діючого розкладу, та не залишати аудиторію без дозволу викладача, а також не заважати викладачу проводити заняття.
Додаткові бали	Згідно положення про «Порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію. наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 19 травня 2023 р. № 309,, студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі – роботі конференцій, студентських наукових гуртків, підготовці публікацій, а також були учасниками олімпіад, конкурсів, тощо присуджуються додаткові бали. + 5 балів за кожний вид діяльності
Неформальна освіта	Результати неформальної освіти можуть зараховуватись відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (введено наказом ректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника від 24 листопада 2022 р. № 672, редакція. Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://efund.cnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/172/2023/05/02-07.33_2022-polozhennia-pro-vyznannia-rezultativ-navchannia-zdobutykh-shliakhom-neformalnoi-osvity-v-prykarpatskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-vasylii-stefanyka.pdf Онлайн-курси із сертифікатами на платформах: – Prometheus https://prometheus.org.ua/about-us/ – Coursera https://www.coursera.org/ – Освітні серіали на платформі «Дія. Цифрова освіта» https://osvita.diia.gov.ua/courses . З цифровими навичками можна ефективно та безпечно застосовувати технології в роботі та навчанні, для професійного та особистісного розвитку. – Google digitalworkshop – навчальні матеріали для розвитку бізнесу та кар'єри. https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua/courses – TED – платформа, що займається поширенням ідей, зазвичай у формі коротких переконливих переговорів, дискусій на актуальні теми розвитку бізнесу та саморозвитку https://www.ted.com/ До 10 балів за сертифікат неформальної освіти.

8. Рекомендована література

1. Мацьків В. В., Щур Р. І., Кохан І. В. Роль штучного інтелекту у трансформації економіки та фінансової системи України в умовах післявоєнного відновлення. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*, 23(3(58)), 2024. С. 58–77. [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2024.3\(58\).327139](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2024.3(58).327139)
2. Hrechanyk N., Dmytrovska V., Kokhan I. Marketing mechanisms of forming an enterprise's pricing strategy in the conditions of economic turbulence. *Social Development: Economic and Legal Issues*, №12. 2025. <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.12.08>
3. Демко М.Я., Гринів Н.Т. Тенденції розвитку маркетингової збутової та комунікаційної політики вітчизняних і зарубіжних банків в умовах цифрової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 1. С. 12-19.
4. Ярова Ю. Штучний інтелект у цифровому маркетингу. *Herald of Khmelnytskyi National*

University. Economic Sciences, 2026. 350(1), С. 119-125. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2026-350-15>

5. Помазан Л., Юрченко О., Кобернюк С. Сучасні інструменти та засоби цифрового маркетингу для просування бізнес-проектів. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*. 2025. №5. DOI: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.5.13>

6. Лісовський І., Гаврилюк П., Шершелюк Д., П'ятничка М. Інструменти цифрового маркетингу: характеристики і тренди. *Development Service Industry Management*. 2023. №3 (22). С. 142–147. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(22\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(22)).

7. Карпій О., Виноградська Ю. Вебсайт підприємства як засіб управління маркетинговою діяльністю. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. Серія економічна. Серія юридична. 2022. № 34. С. 213–219. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7299732>.

8. Брильов С. В., Козік В. В., Палієнко О. О. Дизайн та цифрові технології: сучасні тренди, інновації та виклики. *АРТ простір*. 2025. Т.5, № 1. С. 88–104. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/52943/>

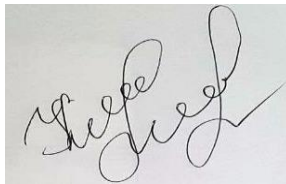
9. Ажажа М., Венгер О., Фурсін О. Концепція цифрового маркетингу 4.0: еволюція, характеристика, типологія. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers*. 2023. № 14 (91). С. 135–147. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-16>

10. Когут М., Огінок-Копильчак С. Глобальні тенденції розвитку маркетингу як інструменту управління в умовах цифрової трансформації. *Development Service Industry Management*, 2026. №1, С. 154-162. [https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13\(20\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2026-13(20))

11. Длігач А.О. Маркетинг у цифрову епоху: стратегічні підходи та бізнес-моделі. Київ: Лабораторія маркетингу, 2022. 256 с

12. Гальків Л.І. Цифровий маркетинг: сутність, інструменти та перспективи розвитку. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 268 с

Викладач



Кохан І.В.