

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Факультет економіки та екології моря

Кафедра інтелектуальної цифрової економіки

Код РНПД
073456

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Проректор з науково-
педагогічної роботи

Слободян С.О.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Program of the Discipline

МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

MARKETING IN THE DIGITAL ECONOMY

рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

тип дисципліни – обов'язкова

мова викладання – українська

Миколаїв – 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ» перебуває серед складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

Спеціальності 051 «Економіка»

Освітня програма «Міжнародна економіка»

«15» 11 2024 р. – 18 с.

Розробник:

к.е.н., доцент, доцент кафедри інтелектуальної цифрової економіки

Корнієнко О.П. 

Проект робочої програми навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «Міжнародна економіка»

к.е.н. Вдовиченко Л.Ю. 

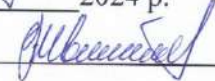
Проект робочої програми навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ» розглянуто на засіданні кафедри інтелектуальної цифрової економіки

Протокол № 4 від «18» 11 2024 р.

Завідувач кафедри к.е.н., доцент Корнієнко О.П. 

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Маркетинг в цифровій економіці» розглянуто Науково-методичною комісією факультету економіки та екології моря

Протокол № 5 від «16» 12 2024 р.

Голова к.е.н., доцент Івата В.В. 

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Маркетинг в цифровій економіці» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу к.т.н., проф. НУК Лабарткава А.В. 

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг в цифровій економіці» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол № 10 від «16» 12 2024 р.

Голова НМР НУК к.т.н., доцент Слободян С.О. 

© НУК, 2024

© Корнієнко О.П., 2024

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Опис навчальної дисципліни	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни	6
3. Передумови для вивчення дисципліни	6
4. Очікувані результати навчання	6
5. Програма навчальної дисципліни	7
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методів їх демонстрування	10
7. Форми поточного та підсумкового контролю	11
8. Критерії оцінювання результатів навчання	16
9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна	17
10. Інклюзія осіб із обмеженими можливостями	17
11. Рекомендовані джерела інформації	17

ВСТУП

Анотація

Актуальність дисципліни «Маркетинг в цифровій економіці» обумовлена потребою створити підвалини для академічної мобільності студентів, а також запитом практики на формування у економістів професійної компетентності щодо інтеграції складових інтелектуального капіталу організацій (підприємств, установ) з метою посилення їх конкурентних позицій на опанованих ринках збуту виробів та послуг. Зокрема, йдеться про набуття знань та навичок щодо визначення природи маркетингу та його сучасної концепції в контекстах ключових трендів цифровізації бізнесів, особливостей розробки виважених рішень щодо раціонального міксування інструментів маркетингу (товару, ціни, розподілу й стимулювання збуту) з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Приділено увагу ефективним методам заохочення персоналу маркетингових підрозділів, засобам планування, організації, фінансування маркетингових програм та контролю за їх реалізацією. Завдяки плідній роботі з матеріалами курсу, студенти опанують зміст дисципліни та набудуть досвіду креативного застосування набутих знань на практиці.

Ключові слова: бізнес, маркетинг, маркетинг в цифровій економіці, маркетинг-мікс, фінансування маркетингу, морський господарський комплекс, планування, організація маркетингу, впровадження маркетингових програм, контроль.

Abstract

The relevance of the discipline «Marketing in the digital economy» is due to the need to create a foundation for academic mobility of students, as well as the demand for practice in the formation of economists professional competence to integrate intellectual capital of organizations (enterprises, institutions) to strengthen their competitive positions in markets. products and services. In particular, it is about acquiring knowledge and skills to determine the nature of marketing and its modern concept in the context of key trends in business digitization, features of developing sound solutions for rational mixing of marketing tools (goods, prices, distribution and sales promotion) using information and communication technologies. Attention is paid to effective methods of encouraging the staff of marketing departments, means of planning, organization, financing of marketing programs and control over their implementation. Through fruitful work with course materials, students will master the content of the discipline and gain experience in creative application of acquired knowledge in practice.

Key words: business, marketing, marketing in digital economy, marketing mix, marketing financing, maritime economic complex, planning, marketing organization, implementation of marketing programs, control.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни за формами навчання	
		денна	заочна
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Обов’язкова	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету: http://www.nuos.edu.ua/students/osvita	Спеціальність 051 «Економіка» Освітня програма «Міжнародна економіка»	Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – есе (контрольна робота)		4-й	4-й
		Лекцій	
		30 год.	8 год.
Загальна кількість годин – 150		Практичні, семінарські	
		30 год.	8 год.
		Лабораторні	
	-	-	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи студента – 5.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Самостійна робота	
		90 год.	134 год.
		В т.ч. індивідуальні завдання (есе):	
		6 год.	10 год.
		Вид контролю: іспит	
		Форма контролю: письмовий тест	

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в цифровій економіці» є формування у бакалаврів компетенцій щодо аналітичного забезпечення розробки та реалізації маркетингових програм та планів, з урахуванням можливостей, які відкриває для бізнесу використання інформаційно-комунікаційних технологій, народжених четвертою промисловою революцією – засобу посилення конкурентної спроможності організацій на опанованих ринках і таких, які підлягають експансії в очікуваній перспективі.

Зокрема, відповідно до освітньо-професійної програми студенти набувають таких компетенцій:

ЗК 9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ФК 7. Здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення економічних завдань, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

ФК 1.3. Здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін у процесі вироблення раціональних управлінських рішень у сфері міжнародної економічної діяльності підприємств морегосподарського комплексу.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовами для вивчення дисципліни створюють компетенції, набуті під час вивчення дисциплін: «Політична економія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Інформаційне підприємництво в дії», «Інформаційна інформатика та електронний документообіг».

4. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни створює передумови для формування та розвиток у студентів таких програмних результатів навчання (ПР):

ПРН 19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

ПРН 21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

ПРН 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах.

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Економічна природа маркетингу в епоху цифровізації бізнесу.

Змістовий модуль 1. Сутність маркетингу та його інструментальні політики.

Тема 1. Характеристика маркетингу як системи [1] стор. 1-13.

Тема 2. Фундаментальні теорії маркетингу [1] стор. 14-23.

Тема 3. Інституціональне підґрунтя запровадження моделей маркетингу [1] стор. 24-37, стор. 38-49.

Тема 4. Маркетингова товарна політика [1] стор. 222-240.

Тема 5. Маркетингова цінова політика [1] стор. 241-254.

Тема 6. Маркетингова політика розподілу [2] стор. 255-289.

Тема 7. Електронна-комерція [1] стор. 290-306,

Тема 8. Маркетингова політика стимулювання збуту [1] стор. 307-328.

Змістовий модуль 2. Функції управління маркетингом в цифровій економіці.

Тема 9. Планування маркетингу [1] стор. 50-73.

Тема 10. Організаційний дизайн маркетингового підрозділу [1] стор. 74-88.

Тема 11. Здійснення маркетингових планів [1] стор. 89-104.

Тема 12. Контроль маркетингу [1] стор. 105-116.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин за формою навчання							
	Денна				Заочна			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лек	пр	с.р.			лек	пр
Модуль 1. Економічна природа маркетингу в епоху цифровізації бізнесу								
Змістовий модуль 1. Сутність маркетингу та його інструментальні політики								
Тема 1. Характеристика маркетингу як системи	10	2	2	6	14	2	-	12
Тема 2. Фундаментальні теорії маркетингу	10	2	2	6	14	2	-	12
Тема 3. Інституціональне підґрунті запровадження моделей маркетингу	10	2	2	6	12	-	-	12
Тема 4. Маркетингова товарна політика	12	2	2	8	14	-	2	12
Тема 5. Маркетингова цінова політика	12	2	2	8	12	-	2	10
Тема 6. Маркетингова політика розподілу	12	2	2	8	8	-	-	8
Тема 7. Електронна комерція	12	2	2	8	8	-	-	8
Тема 8. Маркетингова політика стимулювання збуту	12	2	2	8	8	-	-	8
Разом за змістовим модулем 1	90	16	16	58	90	4	4	82
Змістовий модуль 2. Функції управління маркетингом в цифровій економіці								
Тема 9. Планування маркетингу	16	4	4	8	16	-	2	14
Тема 10. Організаційний дизайн маркетингового підрозділу	14	4	2	8	16	2	-	14
Тема 11. Здійснення маркетингових планів	16	4	4	8	14	2	-	12
Тема 12. Контроль маркетингу	14	2	4	8	14	-	2	12
Разом за змістовим модулем 2	60	14	14	32	60	4	4	52
Разом за курсом	150	30	30	90	150	8	8	134

Теми семінарських занять

№ з/п	Назва	Кількість годин за формою навчання	
		Денна	Заочна
1	Концепція гібридного маркетингу: історичні витоки та технологічне підґрунтя	4	2
2	Гене́за концепції «маркетинг-міксу»	4	2
3	Характеристика та особливості застосування моделей маркетингу	4	-
4	Інституціональне підґрунтя цифрового маркетингу в Україні	2	-
5	Маркетингова політика підприємства	2	-
6	Прикладне значення фундаментальних теорій маркетингу	4	-
Разом		20	4

Теми практичних занять

№ з/п	Назва	Кількість годин за формою навчання	
		Денна	Заочна
1	Інструменти цифрового маркетингу	2	-
2	Обрання форми реклами продуктів підприємства в Інтернет	2	
3	Розробка контенту для реалізації концепції прямого електронного листування з потенційними споживачами-користувачами Інтернет	2	
4	Оцінювання ефективності роботи сайту підприємства	2	2
5	Показники ефективності (KPI) цифрового маркетингу	2	2
Разом		10	4

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин за формою навчання	
		Денна	Заочна
1	Підготовка до лекцій	5	4
2	Підготовка до практичних робіт	5	12
3	Підготовка до семінарів	6	12
4	Аналітичний огляд теми: «Характеристика маркетингу як системи»	5	9
5	Аналітичний огляд теми: «Фундаментальні теорії маркетингу»	5	9
6	Аналітичний огляд теми: «Інституціональне підґрунті запровадження моделей маркетингу»	5	8
7	Аналітичний огляд теми: «Маркетингова товарна політика»	5	8
8	Аналітичний огляд теми: «Маркетингова цінова політика»	5	8
9	Аналітичний огляд теми: «Маркетингова політика розподілу»	5	8
10	Аналітичний огляд теми: «Електронна комерція»	5	8
11	Аналітичний огляд теми: «Маркетингова політика стимулювання збуту»	5	8
12	Аналітичний огляд теми: «Планування маркетингу»	5	8
13	Аналітичний огляд теми: «Організаційний дизайн маркетингового підрозділу»	6	8

14	Аналітичний огляд теми: «Здійснення маркетингових планів»	6	8
15	Аналітичний огляд теми: «Контроль маркетингу»	6	6
16	Написання есе	6	-
17	Підготовка до модульних контрольних робіт	5	-
18	Написання контрольної роботи	-	10
Разом		90	134

Індивідуальне науково-дослідне завдання

Індивідуальне науково-дослідне завдання (ІНДЗ) виконується:

студентами денної форми навчання – у формі письмового есе;

студентами заочної форми навчання – у формі контрольної роботи.

Максимальна кількість залікових балів відповідає виконанню есе (контрольної роботи), та їх захисту без помилок у визначений час, мінімальна – з допустимими помилками та несвоєчасним захистом.

6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрації

Методами навчання для всіх видів занять є:

робота з контентом – опрацювання різних видів джерел, спрямоване на формування нових знань, їх закріплення, вироблення вмінь і навичок та реалізацію контрольно-корекційної функції в умовах формальної, неформальної та інформальної освіти;

пояснення – вербальне розкриття причинно-наслідкових зв'язків та закономірностей розвитку маркетингових відносин й мислення споживачів, економічних відносин та окремих видів економічної діяльності;

дискусія – обмін поглядами щодо важливих проблем з метою набуття нових знань, обґрунтування власної думки, формування вміння її візуалізації та обстоювати.

Методами навчання для лекційних занять є:

лекція – вербальний виклад навчального матеріалу, який характеризується великим обсягом, складністю логічних побудов, сконцентрованою розумових образів, доведень і узагальнень;

ілюстрування – демонстрація та сприйняття фактів, процесів і явищ у їх символічному зображенні за допомогою слайдів, презентацій, відповідних матеріальних носіїв інформації;

відеометод – використання відеоматеріалів для активізації наочно-чуттєвого сприймання, забезпечення якнайлегшого і міцного засвоєння знань в їх образно-понятійній цілісності та емоційній забарвленості.

Методами навчання для практичних та семінарських занять є:

практична робота – поглиблення і закріплення теоретичних знань та перевірки наукових висновків;

дидактична гра – спеціально створена ситуація для формування певних практичних навичок та умінь;

методи контролю і самоконтролю:

контрольні роботи;

контрольні тестові роботи програмованого типу (перелік запитань та можливі варіанти відповідей на них).

Методами контролю і самоконтролю є: опитування, модульні контрольні роботи, відповіді на питання тестів.

Засобами оцінювання та методами демонстрації результатів вивчення дисципліни є: усні відповіді на практичних заняттях, презентації виконаних досліджень модульні контрольні роботи у формі відповідей на тестові запитання, есе (контрольна робота), екзамени.

7. Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною шкалою. Підсумкова оцінка навчального курсу складається з оцінок, отриманих студентами впродовж поточного та підсумкового контролю. Вони передбачають оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти та набутих ними практичних навичок.

Поточний контроль здійснюється:

на кожному семінарському та практичному занятті;

на модульних контрольних роботах, які проводиться після завершення чергового змістовного модуля. Модульні контрольні роботи складаються з відповідей на тестові запитання.

Максимальна оцінка за результатами поточного контролю – 60 балів.

Підсумковий контроль здійснюється на іспиті з максимальною оцінкою 40 балів.

Зарахування кредитів навчального курсу можливе тільки після досягнення результатів, запланованих цією робочою навчальною програмою.

Форми поточного контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання Семінарські заняття

Бали	Критерії оцінювання
3	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міжпредметні зв'язки, містить аргументовані висновки
2	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
1	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 18 балів (6 завдань по 3 бали за кожне)</i>	

Практичні заняття

Бали	Критерії оцінювання
3	Робота виконана у встановлений термін. Студент самостійно визначає тип завдання та раціонально розв'язує його. Може розв'язувати комбіновані задачі. Звіт відповідає встановленим вимогам
2	Робота виконана самостійно з порушенням встановлених термінів. Студент самостійно визначає тип завдання та раціонально розв'язує його. Може розв'язувати комбіновані задачі. Звіт відповідає встановленим вимогам
1	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Студент не наводить потрібні формули. Виконує завдання, використовуючи алгоритм. Складений звіт містить неточності та помилки у висновках
0	Студент не розв'язує задачі
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 15 балів (5 завдань по 3 бали за кожне)</i>	

Поточний модульний контроль

Відповіді на тести

Частка правильних відповідей, %	100	80	60	40	20	≤ 10
Бали	7	6	5	4	3	2
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 14 балів (дві модульні контрольні по 7 балів за кожну)</i>						

Параметри оцінювання контенту ІНДЗ – есе

Параметри оцінювання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Текст есе	8	Зміст есе відповідає темі; проблема сформульована чітко; об'єкт, предмет, мета та задачі дослідження сформульовані адекватно; проблемні питання розроблені достатньою мірою; посилання на джерела інформації оформлені за вимогами чинного стандарту; застосовані методи – наукові та відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слушне; висновки відповідають меті та завданням дослідження. Рукопис вчасно подано на перевірку
	7	Зміст есе відповідає темі; проблема сформульована чітко; об'єкт, проблемні питання розроблені достатньою мірою; посилання на джерела інформації оформлені за вимогами чинного стандарту; застосовані методи – наукові та відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слушне; висновки відповідають меті та завданням дослідження. Рукопис подано на перевірку не вчасно.
	6	Зміст есе відповідає темі; аналіз використаних джерел інформації – поверхневий; застосовані методи – наукові але не відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слушне; матеріал викладено непослідовно та необґрунтовано; висновки відповідають меті

		та завданням дослідження, але не є самостійними; рукопис подано на перевірку не вчасно.
	5	Зміст есе відповідає темі; аналіз використаних джерел інформації – поверхневий; Оформлення роботи відповідає вимогам, але матеріал логічно не структурований; думки автора – непослідовні, неоригінальні та необґрунтовані; висновки не повною мірою відповідають меті та завданням дослідження. Рукопис подано на перевірку не вчасно.
	4	Зміст есе відповідає темі; аналіз використаних джерел інформації – поверхневий; застосовані методи не збігаються з предметом дослідження; застосування методів – слухне; матеріал викладено непослідовно та необґрунтовано; висновки відповідають меті та завданням дослідження, але не є самостійними; рукопис подано на перевірку не вчасно
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 8 балів</i>		

Оцінювання виконання ІНДЗ – есе, бали

Текст есе	Презентація та захист есе	Разом
До 8	До 5	До 13

Параметри оцінювання тексту ІНДЗ – контрольної роботи

Параметри оцінювання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Текст контрольної роботи	20	Зміст контрольної роботи відповідає завданню; проблема сформульована чітко; об'єкт, предмет, мета та задачі дослідження сформульовані адекватно; проблемні питання розроблені достатньою мірою; посилання на джерела інформації оформлені за вимогами чинного стандарту; застосовані методи – наукові та відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слухне; висновки відповідають меті та завданням дослідження. Контрольну роботу вчасно подана на перевірку
	16	Зміст контрольної роботи відповідає завданню; проблема сформульована чітко; об'єкт, предмет, мета та задачі дослідження сформульовані адекватно; проблемні питання розроблені достатньою мірою; посилання на джерела інформації оформлені за вимогами чинного стандарту; застосовані методи – наукові та відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слухне; висновки відповідають меті та завданням дослідження. Контрольну роботу подано на перевірку не вчасно.

	12	Зміст контрольної роботи відповідає завданню; аналіз використаних джерел інформації – поверхневий; застосовані методи – наукові але не відповідають предмету дослідження; застосування методів (процедура збирання та обробки інформації, інтерпретація результатів) – слушне; матеріал викладено непослідовно та необґрунтовано; висновки відповідають меті та завданням дослідження, але не є самостійними. Контрольну роботу подано на перевірку не вчасно
	8	Зміст контрольної роботи відповідає завданню; аналіз використаних джерел інформації – поверхневий; Оформлення роботи відповідає вимогам, але матеріал не структурований; думки автора – непослідовні, неоригінальні та необґрунтовані; висновки не повною мірою відповідають меті та завданням дослідження. Контрольну роботу подано на перевірку не вчасно.
Текст контрольної роботи	4	Зміст контрольної роботи відповідає завданню; студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, але не виявляє глибоких знання і розуміння основних положень, викладених у рукописі; не здатен самостійно виправляти помилки, частина з яких – суттєві. Робота має описовий характер, не містить обґрунтованих висновків, які здебільшого мають декларативний характер. Контрольну роботу подано на перевірку не вчасно
Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 20 балів		

Оцінювання виконання ІНДЗ – контрольної роботи, бали

Текст есе (контрольної роботи)	Презентація та захист результатів дослідження	Разом
До 20	До 12	До 32

Оцінювання за результатами поточного контролю

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Участь у семінарських	6 × 3 бали = 18 балів	2 × 7 балів = 14 балів
Виконання практичних завдань	5 × 3 бали = 15 балів	2 × 7 балів = 14 балів
Індивідуальних науково-дослідних завдань (есе)	1 есе × 13 = 13	1 контрольна робота × 32 = 32
Модульна контрольна робота	2 × 7 балів = 14 балів	-
Разом	60	60

Критерії підсумкового оцінювання на іспиті:

Критерії оцінювання теоретичних знань на іспиті

Теоретичні питання до іспиту		Критерії письмового оцінювання
Денна форма	Заочна форма	
20	20	Відповідь студента: містить повне, розгорнуте, правильне викладення матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними,

Таблиця 8.1 (продовження)

		вірне розуміння змісту основних теоретичних положень; дає змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання.
18	18	Відповідь студента: демонструє знання наукових концепцій та підходів щодо певної науково-теоретичної чи науково-практичної проблеми, пов'язаної з поставленим питанням, здатен робити висновки в разі неоднозначності, спірного чи проблемного характеру поставленого питання чи проблеми.
16	16	Студент досить змістовно відповідає на поставлене питання, але відповідь містить наступні недоліки: недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; недостатньо детально розкритий предмет запитання, а основні поняття мають тезисний характер.
14	14	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь містить наступні недоліки: оформлення екзаменаційної роботи в цілому є акуратним, але містить виправлення; окремі формулювання є нечіткими; міститься інформація, яка не належать до змісту екзаменаційного питання; відповідь на ситуаційне завдання недостатньо аргументована.
12	12	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак припустився суттєвих помилок як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме: зміст відповіді свідчить про прогалини у знаннях з відповідного питання або ж про невірне розуміння окремих аспектів поставленого питання; відповідь викладена недостатньо аргументовано та/або з порушенням правил логіки при поданні матеріалу.
10	10	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме: відповідь не містить аналізу проблемних аспектів поставленого питання, свідчить про недостатню обізнаність з основними науковими теоріями та концепціями, що стосуються відповідного питання.
8	8	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, а саме: обґрунтування відповіді до теоретичного питання є слабо аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним.
6	6	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, тобто містить грубі змістовні помилки щодо принципових аспектів поставленого питання.
4	4	Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною.
0	0	Студент не відповідає на питання

Критерії оцінювання практичних навичок на іспиті

Практичне завдання до іспиту		Критерії оцінювання
Денна форма	Заочна форма	
20	20	Містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання)є Вірно зроблені всі розрахунки до задачі
18	18	Алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені незначні помилки при розрахунках.
16	16	Алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені суттєві помилки при розрахунках.
14	14	Порушено алгоритм розв'язку задачі та/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки.
12	12	Обґрунтування відповіді до практичного завдання є слабо аргументованим та/або в окремих аспектах алогічним.
10	10	Аргументація щодо вирішення практичного завдання відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною.
8	8	Задача розв'язана невірно, але простежується вірний алгоритм дій.
6	6	Задача не вирішена. Відповідь є необґрунтованою та алогічною.
0	0	Студент взагалі не вирішив практичні завдання

8. Критерії оцінювання результатів навчання

Змістовний модуль		Відділення			
		Денне		Заочне	
		Вид роботи	Бали	Вид роботи	Бали
ЗМ 1	T1	Семінарське заняття № 1	3	Семінарське заняття № 1	7
ЗМ 1	T2	Семінарське заняття № 2	3	Семінарське заняття № 2	7
ЗМ 1	T3	Семінарське заняття № 3	3	-	
ЗМ 1	T4	Семінарське заняття № 4	3	-	
ЗМ 1	T5	Семінарське заняття № 5	3	-	
ЗМ 1	T6	Семінарське заняття № 6	3	-	
МК I		Тест	7	-	
ЗМ 2	T7	Практична робота №1	3	-	
ЗМ 2	T8	Практична робота № 2	3	-	
ЗМ 2	T9	Практична робота № 3	3	-	
ЗМ 2	T11	Практична робота № 4	3	Практична робота № 1	7
ЗМ 2	T12	Практична робота № 5	3	Практична робота № 2	7
МК		Тест	7	-	
ІНДЗ		Есе	13	Контрольна робота	32
Іспит		Тест	40	Іспит	40
Разом			100	Разом	100

9. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Під час вивчення дисципліни застосовуються такі технічні засоби: мультимедійний проєктор, інтерактивна дошка, персональний комп'ютер (системний блок, монітор, пристрій введення інформації), планшет або аналогічний девайс, підключений до інтернет через Wi-Fi-модем (роутер). А також: дистанційні платформи MOODL, Google-клас та програмні інструменти MS Word, MS Excel, MS Power Point.

10. Інклюзія осіб із обмеженими можливостями

Вища освіта – чинник досягнення духовної, матеріальної незалежності та соціалізації молоді з обмеженими можливостями. Доступ до матеріалів дистанційного навчання з курсу «Маркетинг в цифровій економіці» можна знайти за посиланням: <https://sites.google.com/view/ekonuk>.

11. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Парсяк В.Н. Маркетинг: гібридна дійсність. Підручник. Одеса: Видавництво «Гельветика», 2022. 326 с.
2. Картаджайя Х, Сетіаван А., Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Розворот від традиційного до цифрового. Технології просування в Інтернет. Видавництво «Бомбора». 2019. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=83655&p=1.
3. Парсяк В.Н., Дибач І.Л. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни «Маркетинг», електронне видання. Миколаїв, НУК, 2020. 25 с.

Допоміжна література

4. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>.
5. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
6. Закон України «Про Антимонопольний комітет України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text>.
7. Закон України «Про захист прав споживачів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.
8. Закон України «Про стандартизацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text>.
9. Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та оцінку відповідності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19#Text>.
10. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>.
11. Закон України «Про ціни та ціноутворення» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>.

12. Закон України «Про природні монополії». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14#Text>.
13. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>.
14. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.
15. Цивільний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
16. Закон України «Про фінансовий лізинг». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1201-20#Text>.
17. Закон України «Про електронні довірчі послуги» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>.
18. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text>.
19. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>.

Інформаційні ресурси в інтернет

1. Канали на YouTube:
- Marketing 360.** URL: <https://www.youtube.com/marketing360>
- Sunny Lenarduzzi.** URL: <https://www.youtube.com/user/SunnyLenarduzzi>
- Brian Dean.** URL: <https://www.youtube.com/channel/UCx7J37QuXsGL7QG6SMIppqKg>
- DigitalMarketer.** URL: https://www.youtube.com/channel/UCWkaYdz5OWL_z1Ij96sYmhQ
- Vanessa Lau.** URL: <https://www.youtube.com/c/VanessaLau/featured>
- Adam Erhart.** URL: <https://www.youtube.com/channel/UCKU0u3VbuYn0wD3CUr-Yn6A>
- Ahrefs TV.** URL: https://www.youtube.com/channel/UCWquNQV8Y0_defMKnGKrFOQ
- Jordan Platten.** URL: https://www.youtube.com/channel/UCsQiYDzi0UtpdDIe7_DpcLw
2. Блоги:
- Marketing Land.** URL: <https://martech.org/>
- Neil Patel's Blog.** URL: <https://neilpatel.com/blog/>
- The Moz Blog.** URL: <https://moz.com/blog>
- CopyHacker's Blog.** URL: <https://copyhackers.com/blog/>
- Search Engine Journal.** URL: <https://www.searchenginejournal.com/>
3. Підкасти:
- Marketing School.** URL: <https://marketingschool.io/>
- Perpetual Traffic.** URL: <https://perpetualtraffic.com/podcast/>