

2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

М.М. Іванов, Н.В. Терент'єва

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Методичні рекомендації до лабораторних занять
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
спеціальності «Маркетинг»
освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № 8 від 26.04.2019

Запоріжжя
2019

Іванов М.М., Терент'єва Н.В. Цифровий маркетинг: методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. 19 с.

У виданні подано зміст лабораторних занять із дисципліни «Цифровий маркетинг» (тематику, порядок виконання та завдання до лабораторних занять, питання для закріплення та актуалізації знань). Визначення основних термінів і понять курсу в лабораторних заняттях.

Для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Рецензент

Гельман В.М., канд. економ. наук, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

Відповідальний за випуск

Іванов М.М., д-р економ. наук, проф., завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу

ЗМІСТ

ЗМІСТ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ	2
Лабораторне заняття 1 SMM і SEO-технології як функціональні інструменти цифрового маркетингу	3
Лабораторне заняття 2. Канали та прийоми просування товарів і послуг в Інтернеті за допомогою SMM	5
Лабораторне заняття 3. Медіа планування, аналітика і оцінка ефективності SMM кампаній	7
Лабораторне заняття 4. SEO-просування товару і послуг	9
Лабораторне заняття 5. Ранжирування Інтернет-сайтів	11
Лабораторне заняття 6. Створення контенту в мережі Інтернет	13
Лабораторне заняття 7. Взаємодія SMM і SEO: створення консолідованих стратегій	15
Лабораторне заняття 8. Створення власної Web сторінки	17
Рекомендована література	19

Лабораторне заняття 1. SMM і SEO-технології як функціональні інструменти цифрового маркетингу.

Тема заняття. SMM і SEO-технології як функціональні інструменти цифрового маркетингу.

Мета: формування уявлень про найбільш поширені послуги інтернет-маркетингу в бізнесі, дати поняття пошукової оптимізації сайтів (SEO) і методи її використання, характеристикам зовнішніх і внутрішніх факторів положення сайту в пошуковій системі.

Набування студентами компетенцій: ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання найбільш поширені послуги інтернет-маркетингу;

вміння обробляти, інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і аналізувати отриману інформацію про основні теорії SMM і SEO і принципах їх класифікації;

володіння навичками роботи з SMM і SEO-технологіями.

Актуальність теми полягає в тому, що сьогодні все більшої популярності набуває інтернет-маркетинг.

Причиною цього стало розвиток мережі Інтернет і розширення доступу до нього. Основною перевагою вважається: мультимедійність, інтерактивність, можливість отримання інформації про будь-якому товарі, можливість покупки товару, не виходячи з дому та інші.

Використання SEO в сучасному інтернет-маркетингу є одним з найбільш важливих інструментів.

План лабораторної роботи:

1. Характеристика основних сервісів Інтернету. комерційні учасники мережі.

2. Основи SEO і його використання.

3. Особливості SMM-технологій.

Запитання і завдання:

1. Які SMM- технології є найбільш дієвими сьогодні?

2. Які контент-стратегії Ви знаєте?

3. Сайт як основний маркетинговий інструмент в Інтернеті. Назвіть класифікацію сайтів.

Список додаткових завдань (доповіди):

1. Концепція маркетингу в мережі Інтернет.

2. Особливості розвитку російського ринку інтернет-реклами.

3. Особливості розвитку регіонального ринку інтернет-реклами.

Лабораторне заняття 2. Канали та прийоми просування товарів і послуг в Інтернеті за допомогою SMM

Тема: Сутність, основні канали та прийоми просування товарів і послуг в Інтернеті за допомогою SMM.

Мета: Ознайомити студентів з поняттям SMM-технології, основними каналами і прийомами просування товарів і послуг в Інтернеті за допомогою SMM.

Набування студентами компетенцій: ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Актуальність теми: вивчення поняття SMM-технології дозволить студенту отримати базові знання про зміст дисципліни і допоможе в подальшому більш детально вивчити курс.

План лабораторної роботи:

1. Поняття SMM-технологій.
2. Основні канали просування товарів і послуг в Інтернеті за допомогою SMM
3. Види соціальних мереж.

Запитання і завдання:

Завдання 1. Коротко законспектуйте теоретичну частину. Поняття SMM-технологій. Особливості використання SMM технологій в процесі просування компанії в мережі Інтернет.

Завдання 2. Підготуйте відповіді на наступні питання:

1. Що таке SMM-технології?
2. Які особливості використання SMM-технологій?
3. За допомогою яких ресурсів можливо SMM-просування?

4. Визначте цільову аудиторію у «Вконтакте».

5. Перелічіть елементи організаційної культури в організаціях соціальної сфери: місія, імідж, корпоративний кодекс, символи, міфи. Як це відноситься до просування в соціальній мережі «Вконтакте».

6. Таргетингової реклама її функції і особливості, проаналізуйте сильні і слабкі сторони даної технології. Чи є вона ефективною на Ваш погляд, чому?

Завдання 3. Визначте завдання для конкретної сфери бізнесу з урахуванням специфіки SMM.

Лабораторне заняття 3. Медіа планування, аналітика і оцінка ефективності SMM кампаній

Тема: Медіа планування, аналітика і оцінка ефективності SMM кампаній в мережевому медіа просторі.

Мета: дати студентам уявлення про медіа планування, аналітики і оцінки ефективності SMM-кампаній в мережевому медіапросторі.

Набування студентами компетенцій: ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Знання та вміння, які придбані в результаті освоєння теми, що формуються компетенції або їх частини.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання основних етапів медіа планування;

вміння використовувати і створювати правильний контент для PR кампанії в соціальних мережах.

володіння навичками по оцінці ефективності SMM-кампаній в мережевому медіапросторі.

Актуальність теми: вивчення основних особливостей використання SMM-технології дозволить студенту на практиці використовувати отримані знання.

План лабораторної роботи:

1. Медіа планування.
2. Оцінка ефективності SMM-кампанії.
3. Лідогенерації.

Запитання і завдання:

1. Сучасні системи аналітики сайтів.
2. Перерахуйте основні принципи моделі масової лідогенерації.
3. Перерахуйте етапи реалізації масової лідогенерації.
4. Заповніть порівняльну таблицю «Майданчики просування бізнесу »на прикладі власного бізнесу (розробляється в рамках дисципліни бізнес-проекту).

Лабораторне заняття 4. SEO-просування товару і послуг

Тема заняття. SEO-просування товару і послуг: визначення, принципи та особливості впровадження в сучасних реаліях роботи пошукових інтернет-систем.

Мета. Познайомити студентів з основними видами інтернет-реклами, способах просування свого сайту, особливостями текстів інтернет реклами, SEO-оптимізацією і найсучаснішими сервісами, які можуть виділити бізнес.

Знання та вміння, придбані навчаються в результаті освоєння теми, що формують компетенції.

Набування студентами компетенцій: ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання основних методик просування товарів і компаній в інтернеті;

вміння використовувати і створювати правильний контент для сайту компанії володіння навичками по SEO-просуванню.

Актуальність теми полягає в тому, що SEO-оптимізація сайту є необхідним інструментом просування компанії, знання про найсучасніших сервісах, які можуть виділити бізнес є необхідними для студентів маркетологів.

План лабораторної роботи:

1. Основи SEO-просування.
2. Принципи та особливості впровадження в сучасних реаліях роботи пошукових інтернет-систем.

Теоретична частина

Робота з просуванням сайту починається з пошукової оптимізації. Вихід в ТОП - це найприродніший спосіб показати сайт саме цільовій аудиторії в момент, коли користувачі дійсно його шукають. Просування в Інтернеті визначається пошукова система, наприклад, Google.

SEO-оптимізація - це комплекс заходів, спрямований на поліпшення якості сайту. Ранжування - процес визначення позиції сайту на підставі його рейтингу.

Види пошукових запитів:

Інформаційні - запити конкретної інформації;

Навігаційні - запити, орієнтовані на пошук певного сайту;

Транзакційні - запити, орієнтовані на певний дію (скачать книгу Ф. Котлера).

Основні переваги даного виду Інтернет реклами полягають у:

обсяги широкої аудиторії, так як переважна більшість користувачів шукає інформацію про необхідні товари або послуги через пошукові системи;

природності і ненав'язливості, так як довіру до результатів пошуку вище, ніж до інших поширених видів реклами, що в підсумку робить пошукову оптимізацію непомітною для пересічного користувача;

відносній дешевизні залучених відвідувачів на сайт;

чіткої спрямованості, так як при грамотній оптимізації користувачі переходять на ті сторінки, які найбільш релевантні запиту і містять потрібну інформацію.

Визначити недоліки SEO, серед яких можна назвати, наприклад: досить великою кількістю часу, який потрібен для досягнення результату.

Запитання і завдання:

1. Які Ви знаєте методики по просуванню сайту?
2. Перелічіть види пошукових запитів.
3. Перелічіть переваги і недоліки SEO.

Лабораторне заняття 5. Ранжирування Інтернет-сайтів

Тема заняття. Ранжирування інтернет-сайтів. Налаштування веб-проектів різних типів з урахуванням ефективного підходу до пошукового просування.

Мета. Формування уявлень у студентів про основні чинники ранжирування Інтернет-сайтів і налаштування веб-проектів різних типів з урахуванням ефективного підходу до пошукового просування.

Знання та вміння, придбані навчаються в результаті освоєння теми, що формують компетенції.

Набування студентами компетенцій: ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентом: ПРН 8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання про фактори ранжирування інтернет-сайтів;

вміння налаштовувати веб-проекти різних типів з урахуванням ефективного підходу до пошукового просування. володіння навичками роботи з сайтами.

Актуальність теми полягає в необхідності отримання знань про комплексі заходів для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів з метою просування сайту. Пошукова оптимізація зародилася разом з появою популярних пошукових систем (Google) і розвивалася паралельно з удосконаленням їх алгоритмів.

План лабораторної роботи:

1. Оцінка сайту і розробка стратегії просування.
2. Оптимізація сторінок, написання текстів, виправлення технічних помилок - відповідно до обраної стратегії.

3. Фактори ранжирування Інтернет-сайтів.

Запитання і завдання:

1. Індивідуальна робота: проаналізуйте сайти туристичних фірм, оцініть їх, застосувавши нові знання.

2. Перерахуйте основні методи залучення трафіку на сайт.

Список додаткових завдань (доповіді):

1. Комплексний підхід до оптимізації сайту.

2. Зовнішні чинники ранжирування.

3. Ефективна внутрішня посилальна структура.

Лабораторне заняття 6. Створення контенту в мережі Інтернет.

Тема заняття. Створення контенту в мережі Інтернет під SMM і SEO-просування.

Мета. Формування уявлень про використання маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації пошукової оптимізації сайтів (SEO) і методи її використання, характеристикам зовнішніх і внутрішніх чинників положення сайту в пошуковій системі.

Набування студентами компетенцій: СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію; (ПРН 8). Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання найбільш поширені послуги інтернет-маркетингу;

вміння обробляти, інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і аналізувати отриману інформацію про основні теорії SMM і SEO і принципах їх класифікації; володіння навичками роботи з SMM і SEO-технологіями.

Актуальність теми полягає в тому, що сьогодні все більшу популярності набуває інтернет-маркетинг. Причиною цього стало розвиток мережі Інтернет і розширення доступу до нього. основним перевагою вважається: мультимедійність, інтерактивність, можливість отримання інформації про будь-якому товарі, можливість покупки товару, не виходячи з дому та інші. Використання SEO в сучасному інтернет-маркетингу є одним з найбільш важливих інструментів.

План лабораторної роботи:

1. Принципи контент-маркетингу в соціальних мережах.
2. Брендований контент.
3. Типи контенту.

Запитання і завдання:

1. Які принципи контент-маркетингу є найбільш дієвими сьогодні?
2. Дайте визначення брендovanого контенту? Наведіть приклади.

Завдання:

Створіть цікавий, корисний і релевантний контент (1 пост) для розміщення в Viber або Instagram, який спрямованого на цільову аудиторію.

Список додаткових завдань (доповіді):

1. Концепція контент-маркетингу.
2. Ефективність контент-маркетингу.
3. Особливості створення контент-стратегії.

Лабораторне заняття 7. Взаємодія SMM і SEO: створення консолідованих стратегій

Тема заняття. Взаємодія SMM і SEO: створення консолідованих стратегій ефективного інтернет-маркетингу.

Мета: формування уявлень про нові методи просування сайтів і тенденції інтернет-маркетингу та SEO.

Набування студентами компетенцій: СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію; (ПРН 8). Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання про ефективну взаємодію SMM і SEO;

вміння створювати консолідовані стратегії ефективного інтернет-маркетингу; володіння навичками роботи з SMM і SEO-технологіями.

Актуальність теми: інтеграція маркетингових комунікацій - процес трудомісткий, вимагає спеціальних знань і висуваючи високі кваліфікаційні вимоги до інтернет-маркетологам.

План лабораторної роботи:

1. Інтеграція маркетингових комунікацій.
2. Взаємодія SMM і SEO.
3. Створення консолідованих стратегій ефективного інтернет маркетингу.

Запитання і завдання:

1. Опишіть тенденцію зростання впливу соцсигналів на SEO та маркетинг.

2. Проаналізуйте групи в соціальних мережах з точки зору: SEO просування групи.

3. Вибір ключових запитів. оптимізація назви і опису.

4. Наявність постів з ключовим словом. унікальний контент.

Список додаткових завдань (доповіди):

1. Крауд-маркетинг як сучасна довідкова стратегія. Особливості створення контент-стратегії.

2. Інтеграція маркетингових комунікацій.

Лабораторне заняття 8. Створення власної Web сторінки

Тема заняття. Створення власної Web сторінки.

Мета: навички формування і використання Інтернет реклами.

Набування студентами компетенцій: ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам: ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Знання та вміння, придбані навчаються в результаті освоєння теми, що формуються компетенції або їх частини.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

знання про створення web-сторінок;

вміння створювати та використовувати Інтернет-технології.

Актуальність теми: вміння визначити основні складові реклами.

План лабораторної роботи:

1) В документ index_ВашеІмя.html додайте фото розміром 100 × 100 пікселів, розташований по центру сторінки на відстані 20 по горизонталі. Альтернативний текст: «Тут повинен бути рисунки, фото Імя_Рісунка».

2) Створіть біжучий рядок червоного кольору «РОЗРОБКА ВЕБ-СТОРІНКИ закінчив» висотою 20, пробігають зліва направо 5 разів.

3) Створіть фоновий звук при завантаженні файлу.

Створити власний сторінку «Моє резюме web-сторінка»

Створити резюме у вигляді особистої сторінки з інформацією про себе (по типу резюме):

ЗАГОЛОВОК	
ІІІІ	ФОТО
Вік (дата народження)	
Адреса, телефон, сім'я	
Досягнення в навчанні, роботі (список):: - навчався в школі та інші	
Чому вибрав цю спеціальність, один день з життя студента та інші	
Друзі, захоплення, відпочинок.... Ідеї, проекти, мрії ...	

Використовувати всі вищеописані теги. Самостійно створити фоновий малюнок сторінки, вставити малюнки (в тому числі скановані фотографії), використовувати різні типи шрифтів, абзаци, списки та інше.

Потім зробити посилання на інший документ - Моє розклад.

Рекомендована література

Основна:

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навч. Посіб. – Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – К, КМ-Букс, 2018. 208с.
3. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.
4. Іванов М.М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці. Цифрова економіка: зб. мат. Національної наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р., м. Київ. – К.: КНЕУ, 2018. С. 141-143.

Додаткова:

1. Іванов М.М. Концепція побудови інформаційно-маркетингових систем. Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, №1 (37), 2018. С. 124-131.

Інформаційні ресурси:

1. Іванов М.М. Цифровий маркетинг [Електронний ресурс] - Режим доступу: URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7805>
2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс] - Режим доступу URL: <http://nbuv.gov.ua>.