



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингові комунікації в інформаційному суспільстві»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3,0 кредити)

Освітньо-професійна програма	Системний аналіз
Спеціальність	124 – Системний аналіз
Галузь знань	12 – Інформаційні технології
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Олександр Матвій доцент кафедри математичного моделювання, кандидат фіз.-мат. наук, доцент https://mathmod.chnu.edu.ua/pro-nas/spivrobitnyky/matvii-oleksandr-vasylovych/
Контактний тел.	+38037-258-48-25
E-mail:	o.matviy@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=4859
Консультації	понеділок, 16:00 – 16:30, 17 ауд

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна "Маркетингові комунікації в інформаційному суспільстві" має на меті ознайомлення студентів з основами сучасного маркетингу та комунікаційних стратегій у контексті інформаційного суспільства. Основними завданнями курсу є формування знань про роль маркетингових комунікацій у бізнесі, вивчення інструментів та методів ефективного спілкування з цільовою аудиторією, а також аналіз впливу цифрових технологій на маркетингові стратегії.

Студенти ознайомляться з основними концепціями маркетингу, такими як брендинг, реклама, PR, соціальні медіа та контент-маркетинг. Вони також вивчатимуть новітні тенденції в маркетингових комунікаціях, включаючи використання аналітики даних, автоматизації маркетингу та соціальних мереж для досягнення бізнес-цілей. Курс надасть студентам практичні навички для розробки та реалізації ефективних комунікаційних стратегій у сучасному інформаційному середовищі.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1	
Основи маркетингових комунікацій	
Тема 1	Вступ до маркетингових комунікацій: • поняття та значення маркетингових комунікацій; • роль маркетингових комунікацій у бізнесі.

Тема 2	Основи сучасного маркетингу: ● концепції та стратегії маркетингу; ● брендинг: створення та управління брендом.
Тема 3	Реклама, PR та соціальні медіа: ● види реклами та ефективність; ● PR у цифрову епоху: методи та інструменти; ● роль соціальних медіа у маркетингових комунікаціях та контент- маркетинг.
МОДУЛЬ 2 Цифрові технології в маркетингових комунікаціях	
Тема 4	Створення та управління Telegram-ботами: ● налаштування бота для бізнесу; ● функціонал Telegram- бота.
Тема 5	Зворотний зв'язок через цифрові канали: ● взаємодія з клієнтами через Telegram-бота; ● використання соціальних медіа для комунікації з аудиторією.
Тема 6	Тестування та оптимізація маркетингових стратегій: ● підходи до тестування та оптимізації.
Тема 7	Кейс-стаді та майбутнє маркетингових комунікацій: ● розгляд реальних кейсів успішного використання цифрових технологій у маркетингу; ● тенденції та прогнози розвитку маркетингових комунікацій.

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Методи навчання:

- вербальні методи (лекція, бесіда, диспут, пояснення, розповідь тощо);
- практичні методи (практичні заняття);
- наочні методи (демонстрація, ілюстрація);
- робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, нормативною літературою та інтернет-ресурсами;
- самостійна робота над індивідуальним завданням або за програмою навчальної дисципліни;
- дистанційне навчання з використанням відповідних онлайн-платформ (Moodle та Google Meet).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль

Формами поточного контролю є усна та/або письмова (тестування, лабораторна робота, ІНДЗ) відповідь студента.

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування на лекціях та практичних заняттях, захист практичних робіт та індивідуального навчально-дослідницького завдання; письмовий контроль у вигляді тестів, підсумкове тестове опитування.

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

Підсумкова оцінка виставляється за результатами суми балів набраних на змістовних модулях під час семестру та на підсумковому модулі (заліку)

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxpbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf>
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf>

Детальна інформація щодо вивчення курсу "Маркетингові комунікації в інформаційному суспільстві" висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни, що розміщена на сайті кафедри математичного моделювання