СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ»

Компонент освітньої програми – *обов'язковий* (5.0 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Комп'ютерні науки та проєктування програмних систем
Спеціальність	F3 Комп'ютерні науки
Галузь знань	F 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=8603
Консультації	очні (згідно графіку консультацій), онлайн (за попередньою домовленістю).

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Курс «Маркетингові комунікації в інформаційному суспільстві» спрямований на формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок у сфері маркетингових комунікацій, цифрового маркетингу та взаємодії з цільовою аудиторією. Основними завданнями дисципліни є ознайомлення з принципами розробки маркетингових комунікаційних стратегій, вивчення сучасних інструментів просування продуктів і послуг, а також аналіз впливу цифрових технологій на маркетингову діяльність підприємств.

Студенти ознайомляться з основними інструментами маркетингових комунікацій, зокрема рекламою, брендингом, PR, контент-маркетингом і соціальними медіа. Особлива увага приділяється використанню цифрових каналів комунікації, пошуковій оптимізації (SEO), вебаналітиці, автоматизації маркетингу та CRM-системам для ефективної взаємодії з клієнтами. Курс також передбачає ознайомлення із сучасними тенденціями цифрового маркетингу, включаючи нові моделі взаємодії в децентралізованих цифрових екосистемах. Вивчення дисципліни сприятиме розвитку навичок планування, реалізації та оцінювання ефективності маркетингових комунікацій у сучасному інформаційному суспільстві.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

МОДУЛЬ 1 . Основи та інструменти цифрових маркетингових комунікацій	
Тема 1	Вступ до маркетингових комунікацій: • поняття та значення маркетингових комунікацій; • роль маркетингових комунікацій у бізнесі.
Тема 2	Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі
Тема 3	CRM-системи та їх роль у комунікаціях. Автоматизація процесів корпоративного управління
Тема 4	Соціальні медіа в маркетингових комунікаціях
Тема 5	Пошукові системи та SEO
МОДУЛЬ 2. Аналітика та сучасні тенденції маркетингових комунікацій	
Тема 6	Аналіз ефективності цифрового маркетингу
Тема 7	Тренди та крос-культурні комунікації

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.

Засоби оцінювання

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 *– екзамен.*

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 (екзамені).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

"Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича" https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yuriia-fedkovycha/ .

"Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича" https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyiavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/.

"Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича" https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-fedkovycha/.

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Доступ до курсу - https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8603
2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/

Покликання на робочу програму освітнього компонента