



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «PERFORMANCE-МАРКЕТИНГ ТА АНАЛІТИКА В МАРКЕТИНГУ»

Компонент освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Чаплінський Юрій Богданович, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Контактний тел.	+38 0372509465
Е-mail:	y.chaplinskyi@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	Вівторок 10.00-12.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Performance-маркетинг та аналітика в маркетингу» присвячена дослідженню методологічних засад та інструментарію маркетингу, орієнтованого на вимірні результати. Ключовим аспектом курсу є аналіз підходу, що передбачає прийняття управлінських рішень на основі емпіричних даних про ефективність маркетингових комунікацій. У процесі вивчення дисципліни розглядаються принципи функціонування цифрових рекламних каналів (PPC, SMM, SEO), методики налаштування систем веб-аналітики та моделі атрибуції. Особлива увага приділяється формуванню умінь розрахунку ключових показників ефективності (KPI), аналізу поведінкових патернів споживачів та визначення рентабельності маркетингових інвестицій (ROMI).

Метою навчальної дисципліни «Performance-маркетинг та аналітика в маркетингу» є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та прикладних професійних компетентностей для розробки, імплементації та оптимізації маркетингових стратегій, що базуються на аналізі даних.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТЬОГО КОМПОНЕНТА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ PERFORMANCE-МАРКЕТИНГУ
Тема 1. Performance-маркетинг як філософія та аналітика
Тема 2. Система інструментів Performance-маркетингу
Тема 3. Аналітика в маркетингу: від збору даних до бізнес-інсайтів.
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. КРІ ТА АНАЛІТИКА В МАРКЕТИНГУ
Тема 4. Ключові показники ефективності (KPI) та модель ROMI
Тема 5. Аналіз ефективності каналів та моделі атрибуції
Тема 6. Поведінкова аналітика: сегментація, Customer Journey та CLV
Тема 7. Від даних до рішень: візуалізація, звітність та Data Storytelling

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація для поглиблення теоретичних знань тощо).

МН2 – кейс-метод (бізнес-кейси, індивідуальні або командні для вирішення реальних маркетингових задач)

МН3 – ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції

МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти)

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, інфографіка, ілюстрації, відеоматеріали тощо) для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами

МН7 – самостійна робота для виконання індивідуальних завдань

МН9 – участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів (стейкхолдерів) для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.

МН13 – вивчення вітчизняних практик, аналіз успішних маркетингових кейсів.

МН 14 – інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.

МН16 – оцінювання знань через тести, квізи або практичні завдання.

МН17 – неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів (наприклад, через Coursera, HubSpot Academy).

МН20 – робота з програмним забезпеченням для аналізу даних (Google Analytics, Tableau, SEMrush) для оцінки ефективності маркетингових стратегій.

МН 24 – інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

МО1 – презентація результатів самостійних завдань

МО2 – оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, включаючи обґрунтування маркетингових рішень.

МО3 – оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

МО7 – оцінювання командних маркетингових проєктів (розробка стратегічного плану чи кампанії та інші).

МО13 – зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання, пов'язаних із маркетингом.

МО16 – оцінювання цифрових навичок, роботи з аналітичними інструментами (Google Analytics, SEMrush) або створення цифрового контенту (наприклад, рекламних матеріалів для соціальних мереж).

МО17 – Виконання практичних маркетингових завдань у реальних або змодельованих умовах (наприклад, розробка стратегії для реальної компанії чи стартапу).

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.

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». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;

- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/vupnho4k/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. 10 Leading Performance Marketing Platforms [Електронний ресурс] // Tipalti Blog. – Режим доступу: <https://tipalti.com/blog/performance-marketing-platform/>

2. 11 Top Marketing Analytics Tools in 2025 [Електронний ресурс] // Domo. – Режим доступу: <https://www.domo.com/learn/article/marketing-analytics-tools>

3. 14 great digital analytics tools on the market today [Електронний ресурс] // Fullstory Blog. – Режим доступу:

<https://www.fullstory.com/blog/digital-analytics-tools/>

4. 5 Best Marketing Analytics Tools for 2025 [Електронний ресурс] // Salesforce. – Режим доступу:

<https://www.salesforce.com/marketing/analytics/tools/>

5. Best Performance Marketing Agencies in 2025 [Електронний ресурс] // Udonis Blog. – Режим доступу: <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/performance-marketing-agencies>

6. Google Skillshop [Електронний ресурс] // Google. – Режим доступу: <https://skillshop.withgoogle.com>

7. Meta Blueprint [Електронний ресурс] // Meta for Business. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/business/learn>

8. Netpeak Blog [Електронний ресурс] // Netpeak. – Режим доступу: <https://netpeak.net/uk/blog>

9. Search Engine Land [Електронний ресурс] // Searchengineland.com. – Режим доступу: <https://searchengineland.com>

10. Serpstat Blog [Електронний ресурс] // Serpstat. – Режим доступу: <https://serpstat.com/uk/blog>

11. Top 16 Performance Marketing Agencies Driving Measurable Results [Електронний ресурс] // NinjaPromo. – Режим доступу: <https://ninjapromo.io/best-performance-marketing-agencies>

12. Webpromoeexperts Blog [Електронний ресурс] // Webpromoeexperts. Режим доступу: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/>

13. Оцінка успішності: маркетингова аналітика [Електронний ресурс] // Coursera. – Режим доступу: <https://www.coursera.org/learn/assess-for-success-ua>

Детальна інформація щодо вивчення курсу
«Performance-маркетинг та аналітика в маркетингу»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни