

# АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



ДИСЦИПЛІНА

## «Цифрові маркетингові комунікації»

вільного вибору

соціально-поведінкового спрямування<sup>1</sup>

Відеозвернення:

<https://cutt.ly/OUQTZpV>

Спеціальності:

Для всіх спеціальностей та/або ОП

Мова викладання:

Українська

Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна):

20-100

Семестр, в якому викладається:

3 (магістерський рівень)

Кількість:

кредитів ЄКТС

3

академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)

90 (лекції 12 год., практичні заняття 12 год., с/р 66 год.)

Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань:

Диференційований залік

Кафедра, що забезпечує викладання:

Документознавства та інформаційної діяльності

Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження):

Асистент Лаба О. В.

Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно):

Немає

Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни:

- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології;
- здатність використовувати автоматизовані технології для вирішення практичних, управлінських, науково-дослідних і прогностичних завдань у професійній діяльності;
- здатність організовувати та реалізовувати маркетингову діяльність інформаційних установ.

<sup>1</sup>

категорії дисципліни можуть бути такі:

- гуманітарного спрямування;
  - соціально-поведінкового спрямування;
  - управлінсько-адміністративного спрямування;
  - природничого спрямування;
  - архітектурного та мистецького спрямування;
  - інженерно-технічного спрямування;
  - інформаційно-технологічного та програмного спрямування

Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:	Використання цифрових каналів комунікації у просуванні товарів чи послуг набирає в останні роки особливої популярності. Фахівці різних галузей використовують цифрові канали комунікації для налагодження системи маркетингових комунікацій організації.
Особливості навчання на курсі:	Контроль вивчення теоретичного матеріалу здійснюється у формі колоквіуму, на практичних заняттях здійснюється оцінювання знань студентів шляхом усного і письмового опитування, виконання практичних робіт, що в накопичувальній системі дозволяє успішно скласти залік.
Матеріально-технічне забезпечення:	Комп'ютерна техніка, Canva, власний або корпоративний акаунт у соціальних мережах Фейсбук, Інстаграм, у месенджері Телеграм.
Лінк на дисципліну:	–
Стислий опис дисципліни:	Система маркетингових комунікацій організації дедалі частіше реалізується з використанням цифрових каналів комунікацій, зокрема вебсайту, а також таких популярних в Україні соціальних мереж як Фейсбук, Інстаграм, месенджера Телеграм тощо. Метою вивчення дисципліни є з'ясування сутності цифрового маркетингу, характеристика інструментів Інтернет-реклами та PR, мережного етикету. Таргетування цільової аудиторії, складання медіа плану, створення контенту сторінки, пошукова оптимізація сайту є основними змістовими модулями дисципліни.