



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 3, семестр 6
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
Мова викладання українська

Лектор навчальної
дисципліни
Контактна інформація
лектора (e-mail)
URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБіП України

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchyk@nubip.edu.ua
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5194>

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Метою навчальної дисципліни є формування сукупності теоретичних знань в області теорії і практики контент-маркетингу; отримання необхідних практичних умінь і навиків формування стратегії контент-маркетингу, розробки контент-плану, створення контенту, реалізації та аналізу контент-маркетингу.

Завдання: отримання (опанування) знань з контент-маркетингу, необхідних для роботи в сучасному онлайн-середовищі; розуміння видів, типів, форматів, особливостей контенту та принципів їх використання для вирішення різноманітних задач; оволодіння навиками створення сучасного контенту, його поширення, а також аналізу та оцінки контент-маркетингу в цілому.

Компетентності навчальної дисципліни:

інтегральна компетентність (ІК):

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

ПРН 21. Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

ПРН 24. Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи.

ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
6 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Зміст та стратегія контент маркетингу	2/2	Знати: основні поняття, ключові аспекти контент маркетингу та стратегії контент-маркетингу Вміти: визначати цілі, завдання, KPI контент маркетингу, будувати контент-плани Аналізувати: KPI для визначення успіху стратегії контент-стратегії Розуміти: принципи, етапи побудови	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		стратегії контент-маркетингу Розрізняти: цілі та завдання контент маркетингу та стратегії контент-маркетингу Застосовувати: технології контент маркетингу Використовувати: відповідні сервіси та вебресурси.		
Тема 2. Різновиди контенту для сайтів	2/4	Знати: формати, типи, види контенту для різних сайтів Вміти: формувати і створювати контент для сайтів Аналізувати: показники KPI контенту Розуміти: вплив контенту на поведінку користувачів в мережі Інтернет. Розрізняти: різновиди контенту на сайтах Застосовувати: інструменти і технології контент-маркетингу. Використовувати: відповідні сервіси та веб-ресурси.	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 3. Посів і поширення контенту	2/4	Знати: ключові аспекти посіву і поширення контенту Вміти: використовувати можливості релевантних майданчиків Аналізувати: майданчики та медіа-платформи. Розуміти: можливості і статистику майданчиків Розрізняти: особливості користувачів	Здача практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.	5

		майданчиків та медіа-платформи. Застосовувати: інструменти посіву і поширення контенту Використовувати: відповідні сервіси та веб-ресурси.		
Тема 4. Лендінги та Event-заходи онлайн	2/4	Знати: ключові аспекти створення лендінгів та Event-заходів Вміти: створювати лендінги, планувати і проводити онлайн-заходи. Аналізувати: показники ефективності лендінгів та Event-заходів Розуміти: особливості, принципи лендінгів та Event-заходів Розрізняти: формати, задачі лендінгів та Event-заходів, партнерські колаборації Застосовувати: технології створення і поширення лендінгів та Event-заходів Використовувати: інструменти, сервіси Google, інші веб-ресурси та сервіси	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Модуль 2				
Тема 1. Пропозиційний контент: структура та формули створення	2/4	Знати: структуру, композицію, стиль текстів та моделі створення контенту Вміти: створювати цікаві та переконливі пропозиційні тексти Аналізувати: показники ефективності текстів Розуміти: важливість правильної граматики та		5

		структури тексту Розрізняти: особливості продукту, послуги при написанні тексту Застосовувати: сервіси по роботі з контентом Використовувати: рекомендації від експертів для створення контенту		
Тема 2. Контент під бізнес-задачі	2/4	Знати: типи, види, формати контенту під бізнес-задачі Вміти: створювати контент під різні бізнес-задачі Аналізувати: показники KPI контенту Розуміти: вплив контенту на поведінку цільової аудиторії Розрізняти: специфіку контенту для різних сегментів цільової аудиторії та різних бізнес-задач Застосовувати: сервіси по роботі з контентом Використовувати: рекомендації від експертів для створення контенту	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 3. UGC-контент та SMM-копірайтинг	2/4	Знати: ключові аспекти UGC-контенту та SMM-копірайтингу Вміти: формувати стратегії для соціальних мереж, працювати з негативом Аналізувати: KPI, показники ефективності контенту у соц.мережах Розуміти: особливості та види контенту для різних	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		соц.меререж Розрізняти: відмінності соц.мереж, сторінок, груп, спільнот і контент для них Застосовувати: сервіси по роботі з контентом для соц.мереж Використовувати: відповідні Інтернет- сервіси, ресурси та рекомендації від експертів		
Тема 4. Email- тексти і мульти- канальність	1/4	Знати: основні поняття та ключові аспекти по темі Вміти: здійснювати email-розсилки, sms- повідомлення, налаштувати web- push повідомлення. Аналізувати: показники KPI Email- текстів і повідомлень Розуміти: особливості, принципи написання листів та повідомлень. Розрізняти: особливості, функції, цілі та завдання мультиканальності. Застосовувати: відповідні інструменти та технології Використовувати: відповідні Інтернет- сервіси та ресурси.	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної добросовісності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.

Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету).
------------------------------------	---

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

- Бергер Й. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними. Пер. з англ. О. Замойська. 4-е вид. К.: Наш формат, 2018. 200 с.
- Бредлі Кріс, Гірт Мартін, Сміт Свен. Стратегія за межами «хокейної ключки». Люди, ймовірності і переможні рішення. Пер. з англ. Олександра Гординчука. К.: Лабораторія, 2021. 240 с.
- Гріффітс Кріс. Посібник із креативного мислення. Пер. з англ. У. Курганової. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 288 с.
- Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING. Пер. О. Жукова. К.: Видавництво Букшеф, 2022. 432 с.
- Мак-Кі Р., Томас Джерас. Сторіноміка: маркетинг у пост рекламну епоху. Пер. з англ. Є. Голобородько. Х.: Віват, 2019. 240 с.
- Метте М., Велфл Е. Письмо – це дизайн: Як слова створюють досвід користування (UX). Пер. з англ. О. Петік, О. Журавльова. К.: ArtHuss, 2021. 192 с.
- Міхалко Майкл. 21 спосіб мислити креативно. Пер. з англ. Т. Бойка. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 400 с.
- Котлер Філіп. Основи маркетингу. Класичне видання. Видавництво: Науковий світ. 2023. 622 с.
- Томпсон Дерек. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Київ: Yakoboo publishing, 2018. 432 с.
- Філановський О. Гра в бренди. Київ: Наш формат, 2019. 176 с.
- Кобилянський І. Як написати текст, що продає? Керівництво по створенню текстів. Веб-сайт. URL: <https://impulse-design.com.ua/kak-napisat-prodayushchij-tekst.html>
- Контент у цифрову еру: типи, стратегії створення та вірусність. Веб-сайт. URL: <https://ukrainiandigital.com/kontent-shcho-tse-vydy-ta-typy-kontentu-stratehiia-storennia/>
- Контент маркетинг: чому контент важливий. Веб-сайт. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing>
- Кошель Н. Основні види контенту та правила оформлення залежно від виду. Веб-сайт. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/osnovni-vidi-kontentu-ta-pravila-oformlennya-zalezno-vid-vidu/>
- Топ-10 ІІІ, які полегшать створення контенту. Веб-сайт. URL: <https://digitalart.ua/top-10-shi-yaki-polegshat-stvorenniya-kontentu/>