

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіа маркетинг

Статус дисципліни: вільного вибору здобувача вищої освіти.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Городецький Юрій Дмитрович

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Необхідні передумови: вивчення цієї навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши навчальні дисципліни гуманітарного та економічного циклів.

1. Анотація курсу:

Обсяг: загальна кількість годин – 120, кількість кредитів ЄКТС – 4

Мета дисципліни – оволодіння компетентностями у сфері медіамакетингу, соціального медіамакетингу, контент-маркетингу, а саме сформувати у студентів теоретичну та практичну систему знань та умінь здійснювати маркетингову діяльність у сучасному медіапросторі; навчити студентів ефективно реалізовувати процеси та вирішувати завдання медіамакетингу за допомогою новітніх методів та інструментів.

Результати навчання дисципліни:

знати: сучасні тенденції розвитку соціальних медіа; основи проведення маркетингових досліджень в медіа середовищі; види і особливості соціальних медіа, типи і види месенджерів, види і особливості блогів; основи побудови комунікаційних стратегій у медіапросторі;

вміти: формувати контент; практично застосовувати інструменти аналітики в SMM; управляти бізнес-сторінками в соціальних медіа; розробляти і оптимізувати маркетингові стратегії в цифровому середовищі; впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

здати до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; вчитися і оволодівати сучасними знаннями; продемонструвати теоретичні знання та практичні навички необхідні для реалізації процесу успішного маркетингу в медіапросторі; пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності;

володіти навичками: відбору каналів медіа маркетингу залежно від наявних умов зовнішнього середовища у конкретний період часу; застосування інструментів веб- аналітики; формування контенту; аналізу поведінки ринкових суб'єктів та визначення особливості функціонування ринків;

самостійно вирішувати: задачі реалізації маркетингової стратегії в медіа, питання побудови комунікаційної стратегії, налаштування медіакампаній; застосовувати знання у практичних ситуаціях; діяти соціально відповідально та свідомо.

Результати навчання: ПРН3, ПРН 5, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12.

Зміст дисципліни: Тема 1. Сутність медіа маркетингу та сучасні тренди. Тема 2. Види соціальних медіа. Моніторинг соціальних мереж і блогів. Тема 3. Маркетингові комунікації в соціальних медіа: основні компоненти. Стратегія маркетингових комунікацій в соціальних мережах. Тема 4. Маркетингові комунікації в соціальних медіа: основні компоненти. Залучення аудиторії. Управління комунікаціями. Аналітика соціальних мереж. Тема 5. Маркетингові комунікації в соціальних медіа: основні компоненти. Бренд-платформа. Контент. Тема 6. Омніканальний підхід у комунікаційному дизайні. Тема 7. Створення контент-плану. Тема 8. Види просування товарів та послуг в залежності від цільової аудиторії. Тема 9. Види вірусного контенту. Механізми виявлення та керування процесом розповсюдження. Тема 10. Просування та розвиток брендів в соціальних мережах.

Форми підсумкового контролю: залік.)

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, вправи, перелік питань, комплекти тестових завдань для тематичного та підсумкового контролів.

Мова навчання: українська

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота										Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	МК
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	20

Розподіл балів за видами робіт

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
Виступ на практичному занятті	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Поточний контроль	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Модульний контроль	20										20
Всього з дисципліни											100

Критерії оцінювання видів робіт

Виступ на практичному занятті:

1. Вичерпна, правильно побудована доповідь, продемонстровано глибокі знання понятійного апарату, опрацьованих джерел, уміння аргументувати свою думку переконливими прикладами – 3 бали.
2. В основному тема розкрита правильно, виклад матеріалу послідовний, але є несуттєві неточності – 2 бали.
3. Поставлене питання загалом розкрито, але відсутня переконлива аргументація, характеристика певних об'єктів, не послідовний виклад матеріалу – 1 бал.
4. Виступ демонструє посереднє знання основного програмного матеріалу, містить істотні помилки при трактуванні понятійного апарату, хаотичний – 0,5 бала.

Розрахункові роботи оцінюються по 2 бали;

Презентації оцінюються по 1 балу.

Критерії оцінювання модульного контролю

Модульний контроль складається з трьох питань: 1 питання -6 балів, 2 питання - 6 балів, ситуаційна задача – 8 балів, всього – 20 балів.

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів (60) за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.3. В разі несвоєчасного виконання робіт допускається їх доопрацювання в межах часу, до проходження тематичного контролю з дисципліни.

3.4. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- допускається з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) без зниження балів за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі;
- без поважних причин оцінюється на 1 бал нижче за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.5. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.6. Пропущені практичні заняття та не пройдені тематичні контролі здобувачем вищої освіти відпрацьовуються в межах семестру, в якому викладається дисципліна, за погодженням з викладачем.

3.7. Оскарження здобувачем вищої освіти підсумкової оцінки з дисципліни допускається згідно відповідно до «Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів».

3.8. Дозається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у

неформальній освіті.