

ПРОГРАМА АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

В межах партнерського договору ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ між Івано-Франківським національним технічним університетом нафти і газу (ІФНТУНГ) кафедрою підприємництва та маркетингу та Національним університетом «Чернігівська політехніка» НУЧП) кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики буде проведено наступні заходи:

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу		
Кафедра підприємництва та маркетингу Формат: онлайн Тривалість: 10 год (2 год кожна тема) Результат: сертифікат студентам та викладачам про участь у тренінгу		
Тренінг «Стратегії digital-маркетингу», який поєднує теми із ОК ОПП «Маркетинг» магістр ІФНТУНГ та НУЧП, а саме:		Згрупований перелік компетенцій, які були забезпечені в результаті опрацювання всіх тем тренінгу: Загальні компетентності (ЗК): • ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел Фахові компетентності (ФК): • ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу • ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків Цей перелік демонструє, що тренінг охопив як ключові загальні навички, так і вузькоспеціалізовані професійні компетенції, необхідні для успішного виконання маркетингових завдань на стратегічному та операційному рівнях.
Студенти прослухають тему в ІФНТУНГ:	Що пов'язано (відповідає) в НУЧП із темою:	Компетенції, які забезпечує кожна тема:

Тема «Система реклами в соціальних мережах» ОК «Перформанс-маркетинг» Ас. П'яста Андрій Русланович (асистент кафедри, аспірант, практикуючий таргетолог) 06.05.2025 1 пара онлайн (08:00 -09:20 год) Онлайн за посиланням: https://meet.google.com/emi-mtth-qji	Тема «Дослідження та застосування особливостей інтернет-реклами» ОК «Digital Marketing Advanced» ОП «Маркетинг» магістр	Компетенцій, які реалізуються в межах теми «Система реклами в соціальних мережах» з дисципліни «Перформанс-маркетинг»: Забезпечені компетенції: Фахові компетентності (ФК): ● ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу – опанування механізмів таргетованої реклами в соцмережах, сучасних методів А/Б-тестування, аналізу воронки продажів у digital-середовищі.
--	--	--

Тема: Результативність як ступінь задоволеності клієнтів (ЦА) ОК «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» ОП «Маркетинг» магістр к.е.н., доцент Обельницька Христина Володимирівна (гарант ОПП Маркетинг маркетинг) 06.05.2025 2 пара (09:30 - 10:50 год) Онлайн за посиланням: meet.google.com/wzs-wgqg-vwk	Тема «Цільова аудиторія web-ресурсу» (2 год) ОК «Digital Marketing Advanced» ОП «Маркетинг» магістр	компетенцій у межах теми «Результативність як ступінь задоволеності клієнтів (ЦА)» з дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень»: Забезпечені компетенції: Фахові компетентності (ФК): ● ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу – впровадження методів аналізу результативності маркетингових дій через призму задоволеності ЦА базується на сучасних підходах до клієнтоцентричності та аналітики.
--	--	--

Тема «Види стратегічного управління, рівні стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства» ОК «Стратегічний маркетинг та стратегічне управління» ОП «Маркетинг» магістр лектор завідувач кафедри д.е.н., проф Перевозова Ірина Володимирівна 06.05.2025 3 пара (11:00-12:20 год) Онлайн за посиланням: https://us04web.zoom.us/j/74007009280?pwd=vldZKCIZQPjC23zHGMzcgwazaXzbQx.1	Тема «Стратегії digital-маркетингу» ОК «Digital Marketing Advanced» ОП «Маркетинг» магістр	Компетенцій, які були забезпечені у межах теми «Види стратегічного управління, рівні стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства» з освітньої компоненти «Стратегічний маркетинг та стратегічне управління»: Забезпечені компетенції: Фахові компетентності (ФК): • ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу – тема включає сучасні концепції стратегічного управління, теорії конкурентних переваг, матричні методи стратегічного аналізу. • ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків – студенти опрацьовують рівні стратегічних рішень (корпоративний, бізнес-рівень, функціональний), логіку побудови стратегії, інтеграцію маркетингових стратегій із загальними бізнес-цілями.
---	---	---

Тема «Стратегії управління маркетингом відносин» 2 год ОК «Маркетинг взаємовідносин» к.е.н., доцент Даляк Надія Анатоліївна (гарант ОПП Маркетинг бакалавр) 06.05.2025 4 пара (12:50 - 14:10 год) Онлайн за посиланням: https://us04web.zoom.us/j/3178833136?pwd=TEluaWFGRS0xHZWM2R3ZmMUdpWVUvZz09	Тема «Контент та стратегія контент-маркетингу» ОК «Digital Marketing Advanced» ОП «Маркетинг» магістр	Компетенцій, які були забезпечені в межах теми «Стратегії управління маркетингом відносин» з освітньої компоненти «Маркетинг взаємовідносин»: Забезпечені компетенції: Фахові компетентності (ФК): ● ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу – в темі опрацьовуються сучасні підходи до управління відносинами: CRM-системи, концепція RFM-аналізу, моделі довіри, індекси задоволеності клієнтів.
---	--	--

Тема «Аналіз інструментів цифрової діагностики в маркетингу» ОК «Маркетингова цифрова діагностика» ОП «Маркетинг» магістр к.е.н., доцент Земляков Ігор Семенович (стейкхолдер) 06.05.2025 5 пара (14:20 - 15:40 год) Онлайн за посиланням: https://us05web.zoom.us/j/2025567689?pwd=BfXmkNyEbYfJlt10b81VzXw7lquMRT.1	Тема «Аналіз ефективності digital-маркетингу» ОК «Digital Marketing Advanced» ОП «Маркетинг» магістр	Компетенцій, які були забезпечені в межах теми «Аналіз інструментів цифрової діагностики в маркетингу» з освітньої компоненти «Маркетингова цифрова діагностика»: Забезпечені компетенції: Загальні компетентності (ЗК): • ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел – робота з аналітичними дашбордами, звітами з різних платформ, агрегування даних із кількох джерел для комплексної оцінки. Фахові компетентності (ФК): • ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу – тема передбачає знайомство з сучасними аналітичними інструментами
--	---	---