

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 8 «Контент-маркетинг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 26 год, практ. – 28 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Мицько Інна Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Для вивчення ОК необхідно володіти навичками міжособистісної взаємодії; здатністю організовувати ефективні комунікації в процесі навчання; вмінням правильно говорити, слухати та сприймати повідомлення; мати навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Що буде вивчатися	Визначення контент-маркетингу та його роль у сучасному маркетингу; розробка стратегії контенту: аудиторія, цілі, повідомлення; типи контенту: статті, відео, блоги, інфографіка, соціальні медіа; креативний процес створення контенту: ідеї, планування, виконання; оптимізація контенту для пошукових систем (SEO) та соціальних медіа; аналіз результатів: вимірювання ефективності контент-маркетингових кампаній; розробка стратегії розповсюдження контенту: впливові маркетинг, реклама, PR; контент-календар: планування та організація випуску контенту в часі; використання аналітики для вдосконалення стратегій контент-маркетингу; тенденції у контент-маркетингу: відео стрімінг, віртуальна реальність, інтерактивний контент.
Чому це цікаво/треба вивчати	Метою ОК є оволодіння теоретичними знаннями щодо напрямів застосування контент-маркетингу, його складових, інструментів та технологій; здобуття практичних навиків розробки стратегії контент-маркетингу, формування контент-плану, оцінки

	ефективності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.