

Освітній компонент	<b>Вибірковий освітній компонент 1 «Сучасні маркетингові технології»</b>
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 20 год, практик. – 34 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу <b>Милько Інна Петрівна</b>
<b>Короткий опис</b>	
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	Вплив штучного інтелекту на маркетингові стратегії; роль відеомаркетингу у сучасних підходах до просування товарів і послуг; оптимізація веб-сайту під пошукові системи (SEO) в контексті змін алгоритмів Google; використання соціальних медіа як ефективного інструменту комунікації та реклами; розвиток технологій програматичної реклами та їх вплив на цифровий маркетинг; аналіз даних у маркетингу: використання Big Data для удосконалення стратегій; маркетинговий аналіз конкурентів і використання ІТ-інструментів для збору інформації; розвиток мобільного маркетингу та його вплив на споживчу поведінку; ефективне використання електронної пошти у маркетингових кампаніях; технології блокчейну та їх можливості для реклами та маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Метою вивчення ОК є поглиблення розуміння базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності, розширення знань про сучасні технології маркетингової діяльності, а також формування умінь розроблення і застосування

	маркетингових технологій.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	<p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>