

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 3 «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності»
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. – 10 год, практ. – 20 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Милько 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	Автоматизоване виявлення та аналіз цільової аудиторії на основі даних зі соціальних медіа, веб-сторінок та інших джерел. Персоналізація контенту. Прогнозування та оптимізація рекламних кампаній. Аналіз візуального контенту для покращення взаємодії з аудиторією. Етика та соціальні аспекти використання штучного інтелекту в маркетингу. Приклади впровадження штучного інтелекту в маркетингову практику. Вивчення успішних кейсів використання штучного інтелекту в сучасних маркетингових стратегіях та кампаніях.
Чому це цікаво/треба вивчати	Метою ОК є формування у здобувачів практичних навиків використання інструментів та методів штучного інтелекту для покращення стратегій маркетингу та підвищення ефективності маркетингових кампаній.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

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