

Назва освітнього компонента	ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Кафедра маркетингу
ПІБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	—
Рівень (рівні) вищої освіти	перший (бакалаврський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	8
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна форма: лекцій – 14 годин, практичних/семінарських – 16 годин, самостійної роботи – 60 годин Заочна форма: лекцій – 6 годин, практичних/семінарських – 6 годин, самостійної роботи – 78 годин
Коротка анотація та мета	Дисципліна формує знання про сутність, інструменти та сучасні технології цифрових комунікацій аграрних підприємств в умовах діджиталізації економіки. Розглядаються контент-маркетинг, канали цифрової комунікації, веб-сайт і SMM як інструменти комунікацій аграрного підприємства, а також аналітика та оцінювання їх ефективності. Особлива увага приділяється використанню інноваційних технологій для розвитку цифрових комунікацій аграрного бізнесу. <i>Мета:</i> сформувати у здобувачів освіти системні знання та практичні навички з цифрових комунікацій в аграрному секторі, розуміння трансформаційних процесів діджиталізації аграрних підприємств та їх комунікаційних стратегій, а також здатність розробляти й впроваджувати інноваційні цифрові рішення для підвищення ефективності комунікацій аграрних підприємств в умовах цифрової економіки.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	<i>Компетентності, що формуються:</i> ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК 15. Здатність організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки з урахуванням специфіки її методичного інструментарію. <i>Програмні результати навчання:</i> ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового

	інструментарію. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 19. Демонструвати розуміння специфіки та вміння організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки.
Пререквізити / рівень підготовки	Маркетинг, Інформаційні системи і технології в маркетингу, Маркетингові комунікації
Мінімальна та чисельність групи	—