

Назва освітнього компонента	Цифрові маркетингові комунікації
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	-
Рівень (рівні) вищої освіти	другий (магістерський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	2
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна: лекції – 12 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 12 годин; самостійна робота – 66 годин. Заочна: лекції – 6 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 6 годин; самостійна робота – 78 годин. Дистанційна/дуальна (за наявності): дистанційна форма: лекції – 4 години; практичні/семінарські/лабораторні – 4 години; асинхронні заняття – 4 години; самостійна робота – 78 годин.
Коротка анотація та мета	Освітній компонент охоплює теоретичні засади та сучасні тенденції цифрових маркетингових комунікацій, розроблення цифрової комунікаційної стратегії, контент-маркетинг, соціальні медіа, інструменти цифрового просування та онлайн-реклами, вебаналітику, управління репутацією бренду в цифровому середовищі, а також інноваційні технології цифрових комунікацій. Мета – формування у здобувачів системного розуміння сучасних цифрових маркетингових комунікацій, здатності розробляти, інтегрувати та оцінювати ефективність цифрових комунікаційних стратегій і кампаній із використанням сучасних цифрових платформ, аналітичних інструментів та технологій взаємодії зі споживачами.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Компетентності: • Здатність генерувати нові ідеї (креативність). • Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. • Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. Результати навчання: • Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. • Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. • Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Цифровий маркетинг
Мінімальна та максимальна чисельність групи	-