

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Цифрові комунікації

Статус дисципліни – обов'язкова.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Орел А.М.

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність – D5 Маркетинг

Освітня програма– Комунікаційний маркетинг

Необхідні передумови: бренд-орієнтовне управління, бізнес-аналітика, маркетинговий та рекламний менеджмент, методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності.

1. Анотація:

Семестр: 2

Обсяг: загальна кількість годин – 90, кількість кредитів ЄКТС – 3

Мета дисципліни – сформувати у студентів цілісне уявлення про особливості цифрових комунікацій у сучасному інформаційному суспільстві, надати знання та практичні навички щодо створення, управління та оцінювання ефективності цифрових комунікаційних стратегій у бізнесі, медіа, публічному управлінні та соціальній сфері з урахуванням етичних норм, інноваційних технологій та динаміки цифрового середовища.

Результати навчання дисципліни:

знати: засоби та інструменти маркетингової комунікаційної політики; етапи розробки ефективної маркетингової комунікації; процесу вибору комплексу просування; сутність планування реклами та оцінку її ефективності; сутність, цілі та види реклами на місці продажу, процесу стимулювання збуту; планування PR технологій; сутність прямого маркетингу і персональних продажів; організації event – заходів та мерчандайзингу;

вміти: вміти самостійно шукати, аналізувати, оцінювати, обґрунтовувати рішення, оброблювати та аналізувати інформацію, структурувати та відбирати потрібної інформації в області застосування цифрових маркетингових комунікацій за допомогою сучасних та ефективних інструментів: реклами, PR-у, стимулювання збуту, персонального та прямого продажу, SEO та SMM просування; використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу; обробляти і аналізувати результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення; визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів.

здатен продемонструвати: необхідні теоретичні та практичні знання з ефективного впровадження інноваційних засобів цифрових маркетингових комунікацій та застосувати їх на підприємствах; вміння формувати цілі маркетингового дослідження та, шляхи їх вирішення, вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях в контексті використання сучасних маркетингових комунікацій в Україні з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

володіти навичками: відпрацювання практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; налагодження ефективної маркетингової інформаційної системи підприємства; проведення процесу бенчмаркінгу на підприємстві; застосування різних моделей стратегічного планування залежно від ринкових позицій підприємства; вміння пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в застосуванні інструментів реклами, PR, стимулювання збуту, персонального та прямого продажу, SEO та SMM просування; навичками роботи в команді шляхом реалізації групових проєктів в області формування плану реалізації рекламних та PR кампаній, заходів стимулювання збуту, маркетингових Інтернет-комунікацій; самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері цифрового маркетингу.

самостійно вирішувати: етичні та правові питання, пов'язані з цифровою комунікацією та захистом даних; стратегії цифрових комунікацій у бізнесі, соціальних проєктах чи публічному секторі; цифрове інформаційне середовище та обирати ефективні канали комунікації відповідно до цільової аудиторії; інноваційні підходи до управління онлайн-комунікацією в

умовах динамічних змін; у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми цифрової комунікації; застосовувати нові досягнення в теорії та практиці цифрового маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта із застосуванням комунікації.

Програмні результати навчання: ІК, ЗК1, ЗК3, ЗК6, ФК1, ФК3, ФК5, ФК7; ПРН1, ПРН2, ПРН8, ПРН9, ПРН14, ПРН15, ПРН16.

ІК	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
-----------	---

ЗК 1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
ФК 3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
ФК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
ФК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16	Визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів.

Зміст дисципліни: Тема 1. Державна політика щодо цифрового розвитку. Тема 2. Розвиток цифрової економіки та суспільства. Тема 3. Формати, сутність та тренди цифрових комунікацій як об'єкту управління. Тема 4. Цифрові комунікації та принципи управління ними. Тема 5. Спрямованість цифрових комунікацій на свідомість людини. Тема 6. Комунікативна мережа та типологія в системі цифрових комунікацій. Тема 7. Цифрові технології управління інформаційними онлайн-комунікаціями. Тема 8. Основні інструменти успішної цифрової комунікації. Тема 9. Цифровий маркетинг як форма прямого маркетингу. Тема 10. Оцінка ефективності управління комунікаціями.

Форма підсумкового контролю: екзамен (семестр 2).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, аналітичні огляди, питання для поточного контролю, електронне тестування, проведення міні-досліджень, вправи, питання для підсумкового контролю, спостереження та самооцінювання.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів з дисципліни «Цифрові комунікації», які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота*										МК (тестовий)	Екзамен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10			
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	30	10	100

Розподіл балів за видами робіт

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Усього
Виконання практичної роботи	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Самостійна робота	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Модульний контроль (МК)	30										30
Екзамен	10										10
Всього з дисципліни											100

Критерії оцінювання

Види роботи	Кількість балів
Практична робота	
Здобувач активно й ініціативно бере участь у роботі практичного заняття індивідуально та в групі; завдання виконано повністю; демонструється глибоке розуміння теми; використано професійні терміни, наведено реальні приклади; оформлення без помилок; практичні завдання виконані повністю й правильно; навчальний матеріал засвоєний у повному обсязі.	3
Здобувач бере участь у роботі практичного заняття індивідуально та в групі; усний виступ або відповідь здебільшого характеризуються правильним використанням, але з незначними недоліками в аналізі або оформленні; демонструється достатній рівень розуміння матеріалу коментарі присутні, але менш розгорнуті чи аргументовані; практичні завдання виконані переважно правильно; навчальний матеріал засвоєний достатньо повно.	2
Здобувач бере мінімальну участь у роботі практичного заняття; більшість відповідей містить значні помилки у поясненні матеріалу; робота не відповідає завданню; повна відсутність розуміння предмета; численні помилки.	1
Здобувач не продемонстрував володіння навчальним матеріалом; не бере участі у роботі практичного заняття; не виконав жодного практичного завдання; плагіат або списування.	0
Самостійна робота	
Робота виконана повністю, усі завдання розкриті, відповіді аргументовані. Є приклади, посилання на джерела. Оформлення відповідає вимогам. Виявлено глибоке розуміння теми.	3
Робота виконана частково. Основні питання розкриті, але присутні дрібні неточності або відсутні приклади/посилання. Загальне розуміння теми є, але не повне.	2
Робота виконана поверхнево. Відповіді загальні або неповні. Наявні помилки, відсутній аналіз або приклади. Оформлення не відповідає вимогам.	1
Робота не подана або не відповідає темі/завданню. Виявлено плагіат або відсутній самостійний підхід.	0
Модульний контроль (МК1, МК2)	
Поточний модульний контроль проводиться у тестовій формі. Здобувач вищої освіти відповідає на 30 питань. Кожне питання оцінюють у 1 балів. Результати	30

поточного модульного контролю оцінюють за шкалою автоматизовано відповідно до кількості правильно наданих відповідей.	
Екзамен	
Повна та глибока відповідь на всі питання; демонструється високий рівень аналітичного мислення, володіння термінологією, наведено реальні приклади; оформлення логічне, структуроване.	10
Відповіді майже бездоганні, проте є незначні неточності або пропущено другорядну деталь; аналітичне мислення присутнє.	9
Завдання виконано в основному правильно, але є окремі помилки в логіці чи висновках; термінологія використовується не повністю коректно.	8
Відповіді неповні, частково поверхневі; деякі важливі аспекти теми не розкрито; обмежене використання прикладів.	7
Виконано менше 70% завдань; істотні логічні та термінологічні помилки, недостатній аналіз.	6
Відповіді фрагментарні; немає повного розуміння ключових понять; відсутні приклади та обґрунтування.	5
Більшість відповідей невірні або неповні; низький рівень знань, відсутність логіки.	4
Дуже слабе розуміння предмету; формальні, неаргументовані відповіді; багато фактичних помилок.	3
Відповіді майже відсутні або беззмислові; відсутнє розуміння теми.	2
Відповіді не відповідають темі або містять суцільні помилки; немає жодного елементу правильної відповіді.	1
Екзамен не здано; робота не здана або виявлено плагіат/списування.	0

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР / заліку	Оцінка за шкалою КНУТД	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно / зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре / зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно / зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно / не зараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів (60) за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.3. В разі несвоєчасного виконання робіт допускається їх доопрацювання в межах часу, до проходження тематичного контролю з дисципліни.

3.4. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- допускається з поважних причин (лікарняний, академічна мобільність) без зниження балів за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі;

- без поважних причин оцінюється на 1 бал нижче за кожне виконане практичне завдання і два тематичні контролі.

3.5. При виявленні плагиату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.6. Пропущенні практичні заняття та не пройдені тематичні контролі здобувачем вищої освіти відпрацьовуються в межах семестру, в якому викладається дисципліна, за погодженням з викладачем.

3.7. Оскарження здобувачем вищої освіти підсумкової оцінки з дисципліни допускається згідно відповідно до «Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів».

3.8. Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній освіті відповідно до «Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у Київському національному університеті технологій та дизайну».

