

	<p><b>СИЛАБУС</b>  <b>НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ»</b></p> <p><b>Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)</b>  <b>Спеціальність: <u>075 Маркетинг</u></b>  <b>Рік навчання: <u>2, семестр 3</u></b>  <b>Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u></b>  <b>Назва кафедри: <u>Аграрного менеджменту та маркетингу</u></b>  <b>Мова викладання: <u>українська</u></b></p>
<p><b>Лектор курсу</b></p>	<p>д.е.н., доцент <b>Гарбар Жанна Володимирівна</b></p>
<p><b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b></p>	<p><a href="mailto:harbar@vsau.vin.ua">harbar@vsau.vin.ua</a>  <a href="mailto:garbar_janna@ukr.net">garbar_janna@ukr.net</a></p>

### **ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Контент-маркетинг» є вибірковою компонентою ОПП. Загальний обсяг дисципліни 150 годин: лекції – 26 год., практичні заняття – 24 год., самостійна робота – 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

### **ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізити): «Інформаційні технології».

Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингове планування».

### **ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Призначення навчальної дисципліни «Контент-маркетинг» формує у здобувачів вищої освіти систему загальних та фахових компетентностей, які б дозволили демонструвати знання й розуміння теоретичних, методичних та практичних аспектів контент-маркетингу.

### **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Мета вивчення навчальної дисципліни «Контент-маркетинг» полягає у формуванні в здобувачів вищої освіти цілісної системи теоретичних знань і практичних навичок розробки інформаційного наповнення веб-сайтів, персональних сторінок та рекламних повідомлень фірм у мережі Інтернет, формування плану представлення бренду в мережі Інтернет.

### **Завдання вивчення навчальної дисципліни**

Програма навчальної дисципліни орієнтована на:

- вивчення комунікаційних цілей організації в конкретних цілях роботи в соціальних мережах;
- розроблення й реалізація кампаній у соціальних мережах (наприклад, добір працівників, підвищення рівня обізнаності, конкурси, заходи національного рівня, партнерство тощо);
- моніторинг та оцінювання соціальних мереж за допомогою відповідних інструментів;
- оцінка, підготовка звітів і планів з оптимізації на основі статистичних даних і показників у соціальних мережах із використанням аналітичних інструментів;
- постійне відстеження передової практики, тенденцій та інструментів у галузі соціальних мереж і технологій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Контент-маркетинг» здобувач вищої освіти повинен сформувати програмні компетентності.

*інтегральна компетентність:*

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності:*

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

*Спеціальні (фахові) компетентності:*

СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

*програмні результати навчання:*

Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, робота з інформаційними джерелами), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів).

### План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви тем	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Сутність маркетингу та комунікацій у соціальних мережах. Базові принципи та тренди SMM	4	2	12
	Тема 2. Стратегії та моделі присутності брендів в соціальних мережах	4	4	10
	Тема 3. Формування персонального бренду в соціальних мережах	4	4	10
	Тема 4. Місія та особливості використання популярних соціальних мереж, основні принципи роботи в них	2	2	12
	Тема 5. Дослідження цільової аудиторії і управління думкою, лояльність споживачів і пізнаваність бренду. Аналіз конкурентів	4	4	12
	Тема 6. Алгоритм та методи просування в Instagram	2	2	10
	Тема 7. Алгоритм та методи просування в Facebook	2	2	12
	Тема 8. Контент-план і маркетинг в соціальних мережах. Візуальний контент	2	2	10
	Тема 9. Робота SMM менеджера та складання SMM book	2	2	12
<b>Разом</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час позааудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності. Виконання здобувачем вищої освіти самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця, який забезпечує викладання даної навчальної дисципліни у ЗВО.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розроблення навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

### Основні види самостійної роботи здобувачів вищої освіти

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Індивідуальні творчі завдання (презентації за заданою проблемною тематикою)	20	1 раз на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до контрольних робіт та тестування	20	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ та MOODLE
<b>Разом</b>		<b>100</b>		

Контроль результатів самостійної роботи здобувача вищої освіти може здійснюватися під час аудиторних занять або поза ними у письмовій, усній або змішаній формі з поданням результату самостійної роботи здобувача або у формі тестування.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

### Список основної та додаткової літератури

#### Основна:

1. Виноградова О.В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах : Навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2022. 202 с.
2. Діджитал стратегії : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 63 с.
3. Стратегія контент-маркетингу для початківців : посібник. URL : <https://squeezegrowth.com/uk/content-marketing-strategy/>
4. Юдіна Н.В. Маркетинг в інформаційному суспільстві : навчально-методичний комплекс дисципліни. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 106 с.

#### Додаткова:

1. Головчук Ю. О., Дибчук Л. В., Середницька Л. П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 69–75.
2. Дорошкевич Д.В., Третьяков Л.В. Алгоритм цифрового просування продукції високотехнологічного виробництва. *Агросвіт*. 2020. № 13–14. С. 23–31.
3. Дьячук І.В. Модель контент-маркетингу для ефективного управління WEB-контентом. *Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка*. 2021. Вип. 2. С. 82–91.

4. Капраль О.Р. Контент-маркетинг як метод впливу на споживача. *Інтелект XXI*. 2019. № 6 (1). С. 78–80.
5. Макарова В.В., Муштай В.А. Інсайт-технологія при формуванні купівельної поведінки споживачів в умовах запровадження маркетингу відносин. *Агросвіт*. 2022. № 1. С. 20–26.
6. Мацера С.М., Марчук О.О. Управління контентом у маркетингових комунікаціях. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19 (2). С. 91–94.
7. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Савіцький Н.Ю. Практичні аспекти застосування інструментів інтернет-маркетингу в умовах інноваційної економіки. *Агросвіт*. 2019. № 10. С. 27–31.

### **Інтернет-ресурси**

1. 6 джерел інформації для створення візуального контенту. URL : <http://slaidik.com.ua/6-dzherel-informatsiyi-dlya-stvorennya-vizualnogo-kontentu/>
2. 7 важливих причин, чому вашому бізнесу варто використовувати соціальні мережі. URL : <https://ag.marketing/blog/chomu-vashomu-biznesu-varto-vikoristovuvati-soc-ahn-merezh/>
3. Ведення соціальних мереж. URL : <https://iammarketing.com.ua/internet-marketing-2/vedennja-socialnih-merezh/>
4. Контент-маркетинг для ІТ-компаній 2023. URL : <https://prosto-pro.marketing/uk/blog/kontent-marketynh-dlya-it-kompaniy>
5. Контент-маркетинг як найкращий інструмент для розвитку малого бізнесу. URL : <https://wave.video/ua/blog/content-marketing-best-tool-building-small-business/>
6. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! URL : <https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/>
7. Тренди інтернет-маркетингу 2022. URL : <https://ideadigital.agency/blog/trendi-internet-marketingu-2019/>
8. Що таке контент сайту? URL : <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/content/>
9. Що таке Контент-Маркетинг та чому він необхідний бізнесу? URL : <https://rozkrutka.site/kontent-marketing/>
10. Що таке контент-маркетинг та як він допомагає залучати клієнтів? URL : <https://hub.kyivstar.ua/news/shho-take-kontent-marketyng-ta-yak-vin-dopomagaye-zaluchaty-kliyentiv/>
11. Яка соціальна мережа найкраще підійде для просування вашого бізнесу? URL : <https://msystem.com.ua/ua/jaka-socialna-merezha-najkrashhe-pidijde-dlja-prosuvannja-vashogo-biznesu/>

### **Інформаційні ресурси**

1. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Контент-маркетинг» (внутрішній сайт ВНАУ)
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

### Контроль і оцінка результатів навчання

У відповідності до положення «Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті», розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи – 60 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв’язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності – 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до іспиту не допускається. Крім того, обов’язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

### Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Вид навчальної діяльності	Бали
<b>Атестація 1</b>	
Участь у дискусії на лекційних та практичних заняттях	10
Виконання аудиторних та домашніх завдань	5
Написання реферату (есе) за заданою проблематикою	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (з презентацією за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проєкти)	5
<b>Всього за атестацію 1</b>	<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>	
Участь у дискусії на лекційних та практичних заняттях	10
Виконання аудиторних та домашніх завдань	5
Написання реферату (есе) за заданою проблематикою	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (з презентацією за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проєкти)	5
<b>Всього за атестацію 2</b>	<b>30</b>
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>	<b>30</b>
<b>Разом</b>	<b>100</b>

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### Шкала оцінки знань здобувача вищої освіти

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
01-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка, % від максимального балу	Критерії оцінювання
Відмінно 90–100	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
Добре 75–89	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
Задовільно 66–74	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
Достатньо 60–65	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
Незадовільно 35–59	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
Недостатньо 1–34	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.