



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 3, семестр 6
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchuk@gmail.com
https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5194

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Метою дисципліни «Контент маркетинг» є оволодіння теоретичними знаннями щодо напрямів застосування контент-маркетингу, його складових, інструментів та технологій; здобуття практичних навиків розробки стратегії контент-маркетингу, формування контент-плану, оцінки ефективності.

Завдання дисципліни «Контент маркетинг» полягають в отриманні студентами всебічних знань щодо системи теоретичних та практичних аспектів застосування контент-маркетингу для просування веб-ресурсів та розвитку бізнесу; принципів та особливостей створення різноманітних форматів, типів, видів контенту для вирішення задач бізнесу; аналізу, оцінки та оптимізації контенту для видимості в пошукових системах; методів і способів поширення, посіву, просування контенту; побудови «воронки продажів» для якісної лідогенерації; вибудовування правильного позиціонування продукту, послуги, компанії на ринку та забезпечення конкурентоспроможності; технологій підвищення рівня впізнаваності товарів, послуг, компаній та лояльності клієнтів за допомогою контенту та контент-маркетингу.

Компетентності ОП:

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):

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 12. виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

ПРН 21. Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

ПРН 24. Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи.

ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
6 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Формування контент-стратегії і контент-плану	2/4	Знати: основні поняття та особливості контент- маркетингу, контент- стратегії маркетингу Вміти: встановлювати завдання контент- маркетингу	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в	5

		<p>Аналізувати: переваги та можливості використання контент-маркетингу.</p> <p>Розуміти: принципи формування стратегії контент-маркетингу</p> <p>Розрізняти: функції та завдання контент-маркетингу та контент-стратегії</p> <p>Застосовувати: технології контент-маркетингу</p> <p>Використовувати: принципи контент-маркетингу на практиці.</p>	elearn).	
Тема 2. Копірайтинг: контент під задачі бізнесу	2/4	<p>Знати: типи, види, формати контенту</p> <p>Вміти: створювати контент</p> <p>Аналізувати: різні типи контенту</p> <p>Розуміти: вплив контенту на поведінку користувачів в мережі Ітернет.</p> <p>Розрізняти: Формати контенту.</p> <p>Застосовувати: копірайтинг.</p> <p>Використовувати: різні формати контенту в діяльності.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 3. Створення складного контенту: формати, типи, види	2/4	<p>Знати: формати, типи, види складного контенту</p> <p>Вміти: формувати і створювати контент</p> <p>Аналізувати: складний контент</p> <p>Розуміти: вплив контенту на поведінку користувачів в мережі Ітернет.</p> <p>Розрізняти: Формати контенту.</p> <p>Застосовувати: копірайтинг.</p> <p>Використовувати:</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		різні формати контенту в діяльності.		
Тема 4. Пошук семантичного ядра та SEO-тексти	2/4	<p>Знати: основні поняття пошукових систем в мережі Інтернет.</p> <p>Вміти: здійснювати пошукове просування сайтів, SEO-оптимізацію.</p> <p>Аналізувати: можливості та рентабельність SEO-просування.</p> <p>Розуміти: роботу пошукових систем.</p> <p>Розрізняти: внутрішню і зовнішню оптимізацію сайтів.</p> <p>Застосовувати: сервіси настройки пошукової системи.</p> <p>Використовувати: показники ефективності SEO.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Модуль 2				
Тема 1. Лендінги, лід-магніти та лідогенерація	2/4	<p>Знати: основні поняття та види лендингів, лід-магнітів та лідогенерації.</p> <p>Вміти: створювати лендінки</p> <p>Аналізувати: лендінги, їх можливості.</p> <p>Розуміти: особливості лід-магнітів та лідогенерації</p> <p>Розрізняти: особливості, функції, лендингів та лід-магнітів.</p> <p>Застосовувати: сервіси Google та інші.</p> <p>Використовувати: інструменти Google та інші.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 2. Посів і	2/4	<p>Знати: основні</p>	Здача	10

поширення контенту на релевантних майданчиках		<p>поняття посіву контенту</p> <p>Вміти: використовувати можливості релевантних майданчиків</p> <p>Аналізувати: майданчики та медіа-платформи.</p> <p>Розуміти: можливості і статистику майданчиків</p> <p>Розрізняти: користувачів майданчиків.</p> <p>Застосовувати: інструменти посіву контенту</p> <p>Використовувати: найбільш значущі майданчики і медіа-платформи.</p>	практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.	
Тема 3. Створення Email-розсилок та підвищення лояльності клієнтів	2/2	<p>Знати: основні поняття.</p> <p>Вміти: здійснювати email-розсилки, sms-повідомлення, налаштувати web-push повідомлення.</p> <p>Аналізувати: email-розсилки та мультимедіальність.</p> <p>Розуміти: особливості написання листів та повідомлень.</p> <p>Розрізняти: особливості, функції, цілі та завдання мультимедіальності.</p> <p>Застосовувати: сервіси автоматизованих e-mail розсилок.</p> <p>Використовувати: наявні Інтернет-сервіси.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 4. Аналітика контенту та контент-маркетингу	1/2	<p>Знати: концепцію вимірювання ефективності контент-маркетингу</p> <p>Вміти: здійснювати аналітику контент-</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання	5

		маркетингу. Аналізувати: показники конверсії, джерела трафіку. Розуміти: метрики отримання аналітики. Розрізняти: показники та метрики ефективності контенту. Застосовувати: Google Analytics Використовувати: методи вимірювання в Інтернеті.	самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).
Всього за 1 семестр Навчальна робота			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Рекомендовані джерела інформації

1. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними / Йона Бергер, пер. з англ. О. Замойська. 4-е вид. К.: Наш формат, 2018. 200 с.
2. Бредлі Кріс, Гірт Мартін, Сміт Свен. Стратегія за межами «хокейної ключки». Люди, ймовірності і переможні рішення / пер. з англ. Олександра Гординчук. К.: Лабораторія, 2021. 240 с.
3. Вествуд Дж. Як скласти маркетинговий план / пер. з англ. І. Семенюк. Х.: Ранок; Фабула, 2020. 176 с.

4. Гріффітс Кріс. Посібник із креативного мислення / пер. з англ. У. Курганової. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 288 с.
5. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / пер. О. Жукова. Київ: Видавництво Букшеф, 2022. 432 с.
6. Мак-Кі Р. Сторіноміка: маркетинг у пост рекламну епоху / Роберт Мак-Кі, Томас Джерас; пер. з англ. Є. Голобородько. Х.: Віват, 2019. 240 с.
7. Меттс М., Велфл Е. Письмо – це дизайн: Як слова створюють досвід користування (UX). К.: ArtHuss, 2021. 192 с.
8. Міхалко Майкл. 21 спосіб мислити креативно / пер. з англ. Т. Бойка. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 400 с.
9. Роулз Д. Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. К.: Фабула, 2021. 256 с.
10. Томпсон Дерек. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Київ: Yakoboo publishing, 2018. 432 с.
11. Філановський О. Гра в бренди / Олексій Філановський. Київ: Наш формат, 2019. 176 с.
12. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим / Кіндра Холл. Київ: Yakoboo Publishing, 2020.
13. Карл Сьюелл. Клиенты на всю жизнь. 2020. 224 с.
14. Майкл Стелзнер. Контент-маркетинг. Нові методи залучення клієнтів в епоху інтернету. 2018.
15. Філ Барден. Злом маркетингу. Наука про те, чому ми купуємо. 2018. 304 с.
16. Кононов Микола. Автор, ножиці, папір. Як швидко писати вражаючі тексти. 2017. 272 с.
17. Ільяхов Максим, Сарычева Людмила. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. 2016. 382 с.
18. Джо Пулицци, Роберт Роуз. Управление контент-маркетингом». 2014. 240 с.
19. Джон Вюббен. Контент - это валюта. 2014. 448 с.
20. Уильям Зинсер. Как писать хорошо. Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов». 2013. 292 с.
21. Беркун Скотт «Откровения оратора». Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. 2019. 288 с.
22. Дэн Хиз «Сделано, чтобы прилипнуть». Изд-во: «МИФ». 2018. 256 с.
23. Денис Каплунов «Контент, маркетинг и рок-н-ролл». Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. 2017. 384 с.
24. Джереми Донован «Выступление в стиле TED». Изд-во: 2013. 208 с.
25. Алексей Каптерев «Мастерство презентации». Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. . 2012. 336 с.
26. Андрей Веселов «Информаркетинг и вебинар». URL: <https://studfile.net/preview/8977408/>
27. Елена Бочарникова «Start-up для ведущего вебинаров». URL: <https://studfile.net/preview/5275171/>
28. Шерон Бертон «8 steps to amazing webinar». 2012. 100 с.