



Силабус навчальної дисципліни «Content маркетинг»

Спеціальність	Для спеціальностей ННІ фінансів, економіки, управління та права
Освітня програма	Для освітніх програм ННІ фінансів, економіки, управління та права
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7–8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 80 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.
Контактна інформація викладачів	hivassenko@fmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу
Консультації	Аудиторія 107А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – є формування у студентів сучасних знань та вмінь щодо створення та розповсюдження актуального для цільової аудиторії контенту з метою її залучення та стимулювання до дії. Тобто набуття первинних навичок щодо генерування інформації, яку клієнти отримують у потрібний час і в потрібному місці, оскільки цей маркетинговий інструмент працює краще за будь-яку пряму рекламу, за умов якщо стратегія контент-маркетингу розроблена і вірно впроваджена.	
Результати вивчення навчальної дисципліни: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах	



невизначеності.

Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Передумови для навчання:

Знання отримані в закладах середньої освіти.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Формування стратегічного бачення маркетингового контенту

Тема 1. Сутність, цілі та завдання Inbound Marketing

Тема 2. Впровадження контент-стратегії у бізнес

Тема 3. Цільова аудиторія та створення контент-плану.

Тема 4. Ключові метрики ефективності контент-маркетингу

Змістовий модуль 2. Інструментарій контент-маркетингу

Тема 5. Генерація ідей для створення змістовного контенту Особливості різних типів контенту.

Тема 6. SEO як основа просування контенту

Тема 7. Копірайтинг як складова контент-маркетингу

Тема 8. Канали розповсюдження маркетингового контенту

Тема 9. Основні інструменти контент-маркетингу

Рекомендовані джерела:

1. Альошина Т. В., Козенков Д. Е., Сало М. Д. Контент-маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства Економічний вісник, 2022, №3. С. 59-68. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/3/EV20223_059-068.pdf

2. 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. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.69

3. Гончаренко О. С. Контент-маркетинг: стратегії створення та просування вмісту в Інтернеті / О. С. Гончаренко. – К. : Літера ЛТД, 2019. – 224 с.

4. Дорошенко Н. І. Контент-маркетинг: як створювати привабливий контент для вашого бізнесу / Н. І. Дорошенко. – К. : Наш Формат, 2018. – 176 с.

5. Іванова Т. М. Контент-стратегії в Інтернеті: як створювати ефективний контент для вашого бренду / Т. М. Іванова. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2020. – 192 с.

6. Ковальчук І. В. Контент-маркетинг для початківців: як створювати і просувати контент в Інтернеті / І. В. Ковальчук. – К. : Форс, 2017. – 144 с.

7. Мельник О. П. Контент-стратегія: як створювати вміст, який буде приваблювати та утримувати аудиторію / О. П. Мельник. – Львів : Світ, 2019. – 208 с.

8. Павлюк М. С. Контент-маркетинг: практичний підхід до створення та просування вмісту в мережі Інтернет / М. С. Павлюк. – К. : НУХТ, 2018. – 176 с.

9. Радченко Г.А. Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу // Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. К.: НАУ, 2019. Випуск 2 (70) (Част. 1).С. 144-149. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42782>

10. Сидоренко О. М. Контент-стратегія: як створити вміст, який буде відрізнятися від конкурентів / О. М. Сидоренко. – Харків : Фоліо, 2020. – 240 с.

11. Ткачук О. В. Контент-маркетинг: як створювати привабливий вміст та просувати його в мережі / О. В. Ткачук. – Львів : СПД ФО Іванишин, 2019. – 176 с.

12. Устименко А. С. Контент-маркетинг: стратегії створення та просування вмісту в Інтернеті / А. С. Устименко. – К. : Видавництво Сфера, 2017. – 192 с.

13. Чорна І. Г. Контент-стратегія: практичні поради для створення та просування вмісту в Інтернеті / І. Г. Чорна. – Одеса : Фенікс, 2018. – 160 с.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів. Студент, який



повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	70
Диференційований залік	30
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «8» лютого 2024 року № 4