



Силабус навчальної дисципліни
«Контент-маркетинг»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Освітня програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 22 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 78 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnistva-ta-marketingu.html
Викладач	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.
Контактна інформація викладача	hivassenko@fmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу
Консультації	Аудиторія 107А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – 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: – 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 Дисципліна вивчається після вивчення дисциплін «Креативна економіка»; «Стратегічний маркетинг»	
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	



Сторінка курсу на платформі Moodle	Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів. https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4699	
Рекомендовані джерела: 1. Міллер, Дональд. Створи Story Brand. Розкажи історію бренду, і тебе почують [Текст] : [7 елементів успіш. історії бренду] / [пер. з англ. В. Депешко]. Харків : Віват, 2022. 236с. 2. Петрова І.Л., Дьячук І. В. Контент-маркетинг: навчально-методичний посібник/ Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2023. 30 с. 3. Альошина Т. В., Козенков Д. Е., Сало М. Д. Контент-маркетинг як сучасний елемент маркетингової стратегії підприємства. <i>Економічний вісник</i> , 2022, №3. С. 59-68. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/3/EV20223_059-068.pdf 4. Головчук Ю. О., Дибчук Л. В., Середницька Л. П. Контент-маркетинг як стратегія просування на ринок та поширення послуг. <i>Економіка та держава</i> . 2022. № 4. С. 69–75. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.69 5. Григорова, З. (2020). Застосування контент маркетингу в книговидавничому бізнесі. <i>Економіка та суспільство</i> , (22). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-67 6. Радченко Г.А. Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу. <i>Проблеми системного підходу: зб. наук. праць</i> . К.: НАУ, 2019. Випуск 2 (70) (Част. 1).С. 144-149. URL: http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42782		
Система оцінювання результатів навчання За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.		
Накопичування балів з навчальної дисципліни		
Види навчальної роботи	Мах кількість балів	
Виконання завдань на практичних заняттях	50	
Модульний контроль	20	
Підсумковий контроль	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	
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	
1 - 34	F	незадовільно
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.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4699>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13