



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Інструменти цифрового маркетингу: досвід ЄС»**

Спеціальність	073 «Менеджмент»	
Освітня програма	Міжнародний менеджмент	
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	
Курс / семестр	2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів	
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 16 год.	
	Практичні (семінарські) – 32 год.	
	Лабораторні – 0 год.	
	Самостійна робота – 102 год.	
Форма семестрового контролю	Екзамен	
Кафедра	Кафедра міжнародної економіки і менеджменту, м. Харків, пр. Науки, 9-а. к. 201, +38 (057) 702-18-32; <a href="http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/">http://mev.hneu.edu.ua/international-economics-and-management/</a>	
Викладач (-і)	Проскурніна Надія Вікторівна, завідувачка кафедри міжнародної економіки і менеджменту, д.е.н., професор	
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:nadiia.proskurnina@hneu.net">nadiia.proskurnina@hneu.net</a>	
Дні навчальних занять	Лекція: <u><a href="#">згідно діючого розкладу занять</a></u> Практичні: <u><a href="#">згідно діючого розкладу занять</a></u>	
Консультації	На кафедрі міжнародної економіки і менеджменту, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС	
<p align="center"><b>Мета</b> навчальної дисципліни: є формування у студентів стійких конметентностей щодо використання інструментів цифрового маркетингу для розробки механізму взаємовідносин та їх подальшої інтенсифікації між учасниками ринку ЄС та України.</p>		
<b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b>		
<b>Пререквізити</b>		<b>Постреквізити</b>
-		-
-		-
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>		
Тема 1. Маркетингові виклики в епоху цифрових технологій.		
Тема 2. Європейські маркетингові практики: клієнтський досвід, прозорість бізнесу, інструменти управління вибором клієнтів, управління даними споживачів.		
Тема 3. Вимірювання економічного внеску цифрової реклами в ЄС.		
Тема 4. Попит і пропозиція цифрових навичок маркетологів.		
Тема 5. Сфери економіки та суспільства, в яких компаніям потрібні послуги та експерти з цифрового маркетингу.		
Тема 6. Стан контент-маркетингу в країнах ЄС.		
Тема 7. Штучний інтелект. Чому ШІ може бути ключем до персоналізації клієнтського досвіду?		
Тема 8. Стратегія цифрового єдиного ринку ЄС.		
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>		
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM		
<b>Форми та методи оцінювання</b>		
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів		



навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***