

ПРОФІЛЬ ПРОГРАМИ «ЦИФРОВИЙ ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація	
Керівник програми	Сабліна Наталія Вікторівна, к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Розробники програми	Сабліна Наталія Вікторівна, к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Структурний підрозділ(и)	Кафедра фінансів і кредиту
Рівень національної рамки кваліфікацій	Рівень національної рамки кваліфікацій Відповідність програми до НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL - 6
Тип документа, що видається та обсяг програми	Тип документа, що видається - <i>Сертифікат</i> Обсяг програми – 1 кредит ЄКТС (30 академічних годин).
Передумови участі у програмі	Передумови участі у програмі Початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти
Форма навчання	Дистанційна
Мова(и) навчання	Українська
Мета програми	Формування та розвиток компетентностей щодо застосування цифрових маркетингових технологій та інструментів для просування фінансових продуктів і послуг, дослідження поведінки споживачів, управління цифровими каналами комунікації та оцінювання результативності маркетингової діяльності у фінансовій сфері.
Завдання програми	Програма спрямована на формування теоретичних знань і практичних навичок щодо організації цифрового маркетингу у фінансовій сфері та використання сучасних цифрових технологій для взаємодії зі споживачами фінансових продуктів і послуг. Основними завданнями програми є: формування розуміння сутності, принципів та особливостей цифрового маркетингу у фінансовій сфері; ознайомлення із сучасними цифровими каналами та інструментами просування фінансових продуктів і послуг; формування навичок дослідження та сегментації цільової аудиторії у цифровому середовищі; набуття практичних навичок формування цифрової маркетингової стратегії для фінансових продуктів і послуг; опанування підходів до управління цифровими комунікаціями та клієнтським досвідом; формування навичок використання даних і маркетингової аналітики для прийняття рішень; набуття здатності оцінювати результативність цифрових маркетингових заходів у фінансовій сфері.
Програмні компетентності (або трудові функції)	ПК1. Здатність розуміти принципи та особливості цифрового маркетингу у сфері фінансових продуктів і послуг. ПК2. Здатність аналізувати ринок фінансових послуг, визначати та сегментувати цільову аудиторію з використанням цифрових даних та інструментів. ПК3. Здатність обирати та застосовувати цифрові канали й інструменти просування фінансових продуктів і послуг відповідно до маркетингових цілей.

	ПК4. Здатність формувати цифрові маркетингові комунікації з урахуванням специфіки фінансових продуктів, характеристик цільової аудиторії та каналів взаємодії. ПК5. Здатність застосовувати технології управління взаємовідносинами з клієнтами та клієнтським досвідом у цифровому середовищі. ПК6. Здатність використовувати маркетингову аналітику та систему показників для оцінювання результативності просування фінансових продуктів і послуг. ПК7. Здатність розробляти та обґрунтовувати цифрові маркетингові рішення для фінансових установ і фінансових продуктів на основі аналізу даних.
Програмні результати навчання	У результаті успішного завершення програми слухач повинен: ПРН1. Розуміти сутність цифрового фінансового маркетингу та характеризувати особливості його застосування на ринку фінансових послуг. ПРН2. Аналізувати цільові сегменти споживачів фінансових продуктів і послуг та визначати особливості їх поведінки у цифровому середовищі. ПРН3. Обирати цифрові канали та інструменти маркетингу відповідно до характеристик фінансового продукту, цільової аудиторії та поставлених маркетингових цілей. ПРН4. Формувати комплекс цифрових маркетингових комунікацій для просування фінансових продуктів і послуг. ПРН5. Застосовувати цифрові технології для управління клієнтським досвідом і взаємовідносинами зі споживачами фінансових послуг. ПРН6. Визначати та аналізувати ключові показники результативності цифрових маркетингових заходів. ПРН7. Розробляти та обґрунтовувати цифрову маркетингову стратегію просування фінансового продукту або послуги.
Матеріально-технічне забезпечення	Для реалізації програми використовується матеріально-технічна база закладу вищої освіти, що забезпечує можливість дистанційного навчання та включає комп'ютерну техніку, мультимедійне обладнання, засоби відеоконференцз'язку, доступ до мережі Інтернет, електронних освітніх ресурсів та інформаційних систем. Слухачам забезпечується доступ до електронних ресурсів бібліотеки закладу вищої освіти, навчальної платформи дистанційного навчання.
Інформаційне навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення програми включає навчально-методичні матеріали за тематичними блоками програми, презентаційні матеріали, практичні та ситуаційні завдання, тестові завдання для контролю результатів навчання, електронні освітні ресурси, нормативно-правові, статистичні та інформаційно-аналітичні матеріали у сфері фінансових послуг і цифрового маркетингу.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ

Код к/п	Компоненти програми	Кількість годин / кредитів ЄКТС	Форма контролю
ОК1	Цифровий маркетинг на ринку фінансових послуг	5 год.	Тестування

OK2	Цифрові канали та інструменти просування фінансових продуктів	6 год.	Практичне завдання
OK3	Цифрова поведінка споживачів та управління клієнтським досвідом	6 год.	Практичне завдання
OK4	Маркетингова аналітика та оцінювання результативності цифрового маркетингу	6 год.	Ситуаційне завдання
OK5	Формування цифрової маркетингової стратегії у фінансовій сфері	5 год.	Практичне завдання
A.1	Підсумковий атестаційний контроль	2 год.	Підсумкове тестування
Разом		30 год. / 1 кредит ЄКТС	