



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

Спеціальність	051 Економіка
Освітня програма	Міжнародна економіка
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	1 рік навчання 1 семестр або 1 рік навчання 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 20 год.
	Практичні (семінарські) – 20 год.
	Лабораторні – 0 год.
	Самостійна робота – 110 год.
Форма псеместрового 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, професор, д.е.н.
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:nadiyaproskurnina@gmail.com">nadiyaproskurnina@gmail.com</a>
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі міжнародної економіки і менеджменту, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ЛНС

**Мета навчальної дисципліни** формування у магістрантів стійких компетентностей щодо використання інструментів цифрового маркетингу для розробки механізму взаємовідносин та їх подальшої інтенсифікації між учасниками ринку ЄС та України.

**Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:**

Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-

**Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Теоретичні основи цифрового маркетингу. Основні показники та поняття**

**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**

**Змістовий модуль 2. Цифровий маркетинг для професійного**

**розвитку та повсякденного життя**

**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**



### **Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

*Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM*

#### **Форми та методи оцінювання**

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 оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Дотримання чесної академічної поведінки у навчанні, уникнення будь-яких проявів академічної недоброчесності; якісна підготовка до навчальних занять; самостійне виконання поточних навчальних завдань, завдань поточного контролю; самостійне виконання завдань підсумкового контролю результатів навчання; дотримання законодавства про авторське право та суміжні права.

Здобувачі вищої освіти відповідальні за свою академічну поведінку, мають давати моральну оцінку власним вчинкам. Викладач має створити умови до формування середовища партнерства та академічної чесності. Викладач несе відповідальність за оцінювання унікальності тексту есе, письмових робіт та за процес прозорого, відкритого, чесного оцінювання результатів навчання загалом.

Відсутність без поважних причин вважається прогулом. Відсутність через поважні причини має бути підтверджена – надання документу, що підтверджує причину пропуску занять.

За умови виконання завдань, передбачених робочим планом, пізніше встановленого терміні завдання оцінюється за шкалою відповідно до дати надання виконаних завдань.

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