

# ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

<i>Семестр</i>	7
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Диференційований залік
<i>Аудиторні години</i>	44 (28 год. лекцій, 16 год. семінарських занять)

## Загальний опис дисципліни

В умовах цифрової економіки інформація стала ключовим ресурсом розвитку бізнесу, брендів і організацій. Сучасний ринок характеризується високою конкуренцією, швидкою зміною споживчих потреб та зростанням ролі онлайн-комунікацій. Саме тому інформаційний маркетинг є одним із найважливіших інструментів успішної діяльності підприємств. Вивчення дисципліни сприяє розвитку у здобувачів освіти таких компетентностей, як аналітичне мислення, креативність, комунікативність, вміння працювати з великими обсягами інформації та приймати обґрунтовані рішення. Це підвищує конкурентоспроможність випускників та забезпечує їх успішну професійну адаптацію. Таким чином, дисципліна «Інформаційний маркетинг» є актуальною, практично орієнтованою та необхідною для підготовки сучасних фахівців у сфері економіки, ІТ та управління.

**Мета:** Сформувати у здобувачів освіти знання та практичні навички використання інформації як ключового ресурсу маркетингової діяльності, навчити аналізувати ринки, споживачів, цифрові канали та приймати маркетингові рішення на основі даних.

### Завдання:

- сформувати навички збору та аналізу маркетингової інформації;
- навчити працювати з цифровими маркетинговими інструментами;
- розвинути вміння формувати інформаційні стратегії;
- навчити оцінювати ефективність маркетингових кампаній.

## Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>
<b>Спеціальні компетентності:</b>	<p>СК4. Здатність здійснювати проектування та розробку програмного забезпечення.</p> <p>СК7. Здатність проектувати, розробляти та обслуговувати вебзастосунки з динамічним контентом, використовуючи вебтехнології, технології комп'ютерної графіки та анімації.</p> <p>СК12. Здатність розробляти бази даних.</p> <p>СК13. Здатність приймати обґрунтовані рішення щодо забезпечення бізнес-планування та економічної ефективності діяльності в галузі інформаційних технологій.</p>

## **Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання**

<b>Результати навчання</b>	РН01. Аналізувати явища і події соціально-політичного, культурного, духовного середовища для формування світогляду людини та встановлювати зв'язок між ними. РН02. Вільно спілкуватися усно і письмово державною та іноземною мовами, у тому числі з професійних питань. РН15. Розробляти супровідну документацію на різних етапах процесу життєвого циклу розробки програмного забезпечення
----------------------------	--

### **Теми лекцій:**

- 1 Сутність інформаційного маркетингу
- 2 Маркетингова інформаційна система
- 3 Організація маркетингової діяльності
- 4 Маркетингові дослідження
- 5 Сегментування ринку
- 6 Інформаційна стратегія бренду
- 7 Контент як інструмент маркетингу
- 8 Соціальні мережі та SMM
- 9 Цифрова реклама
- 10 Аналітика та показники ефективності

### **Теми семінарських занять:**

- 1 Методологія збору маркетингової інформації
- 2 Особливості організації маркетингової діяльності та маркетингове середовище
- 3 Практика: SWOT-аналіз обраного бренду.
- 4 Отримання конкурентних переваг за допомогою сегментування, вибору цільового ринку та позиціювання
- 5 Створення контент-плану
- 6 Моделювання рекламної кампанії
- 7 Інформаційна стратегія бренду
- 8 Маркетинг у соціальних мережах (SMM)