



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС вибіркового освітнього компонента ВК2 ДИЗАЙН-МАРКЕТИНГ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	вибіркова	
Галузь знань	02	Культура і мистецтво
Спеціальність	022	Дизайн
Освітня програма	ОПП «Графічний дизайн»	
Обсяг дисципліни	3 кредити ЕСТS (90 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	контрольна робота	
Форми семестрового контролю	залік	



Викладачі:

Станкевич Ірина Володимирівна, д.е.н., професор кафедри менеджменту і маркетингу,
iryna_stankevych@ogasa.org.ua

В процесі вивчення даного освітнього компонента здобувачі вищої освіти знайомляться з системою Дизайн-маркетингу на тлі сучасної концепції Інтернет-маркетингу, що використовується сьогодні в ході господарської діяльності підприємств з метою вирішення маркетингових завдань, вивчення основних розділів Інтернет-маркетингу на рівні підприємства, придбання студентами знань та навичок у галузі використання інструментів Інтернет-маркетингу в професійної діяльності дизайнера-підприємця.

Передумовами для вивчення освітнього компонента є набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими дисциплінами: «Теорія дизайну», «Основи графічного дизайну»; «Інформаційні технології в дизайні», «Кольорознавство та колористика».

Диференційовані результати навчання:

знати:

- типи маркетингових стратегій та завдань, які вирішуються за допомогою інструментів Інтернет-маркетингу;
- види та особливості застосування різних інструментів Інтернет-маркетингу;
- методи прогнозування попиту продукцію за допомогою систем аналізу попиту в Інтернеті;
- методи аналізу ефективності та аналітики інструментів Інтернет-реклами;
- етапи робіт при реалізації маркетингових завдань в інтернеті та цифровому середовищі;

володіти навичками:

- розробки стратегії Інтернет-маркетингу та вибору каналів цифрових комунікацій для виконання завдань маркетингової стратегії;
- створення системи аналізу ефективності заходів, що проводяться в Інтернет-маркетингу;

вміти:

- використовувати інструменти маркетингу в Інтернеті та застосовувати їх під час проведення рекламних, PR та BTL кампаній,
- оцінювати ефективність як акцій Інтернет-маркетингу так і традиційних акцій та кампаній за допомогою інтернет-інструментів.
- розробляти стратегії Інтернет-маркетингу та обирати канали цифрових комунікацій до виконання завдань маркетингової стратегії;
- вибудовувати відносини з підрядниками послуг з Інтернет-маркетингу
- вибудовувати стосунки з підрядниками послуг з Інтернет-маркетингу;
- налаштовувати різні системи Інтернет-реклами та веб-аналітики.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
1	Теоретичні основи Інтернет-маркетингу	2	2		7
2	Види та інструменти Інтернет-маркетингу	2	2		7
3	Розробка стратегії Інтернет-маркетингу	2	2		7
4	E-mail маркетинг	2	2		7
5	Створення та оптимізація web-сайту. Етапи розробки web-сайту	2	2		7
6	Дизайн-маркетинг у соціальних мережах та нових медіа	2	2		7
7	Управління проектами у web-розробці	2	2		7
8	Просування web-сайту в мережі Інтернет. Інтернет-реклама. Аналітика та аналіз ефективності рекламних кампаній	2	2		9
	Всього	16	16	-	58

З освітнього компонента передбачено виконання контрольної роботи.

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за навчальною дисципліною «Дизайн-маркетинг» складає 60 балів та 100 балів відповідно і може бути досягнений наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
Поточний контроль знань: в т.ч.:			
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях	кожне заняття	30	40
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях	2		
- поточне тестування	8		
- контрольна робота	1	10	20
Підсумковий (семестровий) контроль знань - залік		20	40
Разом		60	100

Поточний контроль знань проводиться у формі автоматизованого тестування на освітній платформі Moodle ОДАБА.

Приклади тестів для поточного контролю:

1) Серед запропонованих варіантів відповідей оберіть одну найбільш повну та правильну:

Які існують пошукові системи з наведених нижче?

- а) Google
- б) Duckduckgo
- в) Ask Me
- г) Bing
- д) Всі варіанти вірні

Підсумковим контролем знань є залік. Завдання для заліку складаються з теоретичних питань по тематиці навчальної дисципліни.

Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг: Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с.

2. Бородкіна І. Л. Web-технології та web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів: навч. посіб. / І. Л. Бородкіна, Г. О. Бородкін. – Київ : Ліра-К, 2020. – 210 с.

3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг» / Укладач Н.Ф. Стеблюк. Кам'янське: ДДТУ, 2018. 64 с. URL: <http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/33/7-33-k1110.pdf>

4. Прищенко С. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). 2-ге вид., випр. і доповн. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 208 с.

5. Трофименко О.Г. Веб-технології та веб-дизайн: навч. посібник / О. Г. Трофименко, О. Б. Козін, О. В. Задерейко, О. Є. Плачінда. – Одеса : Фенікс, 2019. – 284 с.

6. Wix. Ресурс для створення сайтів. Офіційний сайт URL: <https://ru.wix.com/>.

7. Ukoz. Онлайн конструктор сайтів. Офіційний сайт URL: <https://www.ucoz.ua/>.

8. Figma. Ресурс для створення веб-графіки, працює як настільний додаток до ПК, так і в онлайн режимі. Офіційний сайт URL: <https://www.figma.com/>.

Допоміжні джерела інформації

9. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л.О. Іванова, Б.Б. Семак, О.М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL:http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11841/1/Marketing_poslyg_30.01.2018_%D0%A0%D0%95%D0%94.pdf

10. Колірна гармонія. URL: <https://libdiz.com/uk/knygy/mystetstvo-kolioru/3-kolirnagarmoniya/>.

11. Молчанов В. П. Технології WEB-дизайну: конспект лекцій / В.П. Молчанов. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2011. – 212 с.

12. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.

13. Трофименко О.Г., Козін О.Б. Веб-дизайн та HTML-програмування: навч.-метод. посібник. Одеса: Фенікс, 2017. 194 с.

14. Хостинг та домен. URL: <https://www.exlab.net/hostingdomain.html>.

16. Хостинг та домен. Офіційний сайт: <https://www.exlab.net/hostingdomain.html>.

17. Coolors. Кольорові схеми для оформлення візуальних об'єктів. Офіційний сайт URL: <https://coolors.co/>

18. Lookcolor. Трендові кольори. Офіційний сайт URL: <https://lookcolor.ru/cvet-v-mode/modnyj-cvet-2014-goda/>