



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ННІ Бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра Менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС освітнього компонента – ВК фаховий Дизайн-маркетинг

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	ОПП Менеджмент
Обсяг освітнього компонента	4 кредити ECTS (120 академічних годин)
Види аудиторних занять	лекції, практичні
Індивідуальні завдання	розрахунково-графічна робота
Форми підсумкового (семестрового) контролю	залік

Викладач (Викладачі):

Окландер І.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
imoklander@odaba.edu.ua

Станкевич І.В., доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри менеджменту і маркетингу,
iryna_stankevych@odaba.edu.ua

В процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів вищої освіти сформуються навички та вміння вирішення маркетингових завдань, вивчення основних розділів інтернет-маркетингу на рівні підприємства, придбання студентами знань та навичок у галузі використання інструментів інтернет-маркетингу в професійній діяльності дизайнера-підприємця.

Передумови для вивчення освітнього компонента: є набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими освітніми компонентами: Інформаційні технології, Маркетинг.

Диференційовані програмні результати навчання:

знати:

- типи маркетингових стратегій та завдань, які вирішуються за допомогою інструментів дизайн-маркетингу;
- види та особливості застосування різних інструментів дизайн- та 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 дизайні та цифровому середовищі;

володіти:

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

Тема 1 Теоретичні основи інтернет-маркетингу.

Тема 2 Види та інструменти інтернет-маркетингу.

Тема 3 Розробка стратегії інтернет-маркетингу.

Тема 4 E-mail маркетинг.

Тема 5 Створення та оптимізація web-сайту. Етапи розробки web-сайту.

Тема 6 Дизайн-маркетинг у соціальних мережах та нових медіа.

Тема 7 Управління проектами у web-розробці.

Тема 8 Просування web-сайту в мережі Інтернет. Інтернет-реклама. Аналітика та аналіз ефективності рекламних кампаній.

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за освітнім компонентом «Дизайн-маркетинг» складає від 60 балів до 100 балів.

За освітнім компонентом передбачено виконання розрахунково-графічної роботи.

Розрахунково-графічна робота є підсумковою самостійною роботою з освітнього компонента «Дизайн-маркетинг» і свідчить про засвоєння студентом необхідного обсягу знань з зазначеного освітнього компонента, вміння працювати з інформаційними джерелами. Розрахунково-графічна робота складається з двох частин: теоретичної та практичної.

Більш детальну інформацію наведено у методичних вказівках до вивчення освітнього компонента та виконання розрахунково-графічної роботи [3].

Семестровий контроль проводиться у формі заліку.

шляхом накопичення балів від 60 до 100 балів: виконання практичних робіт та індивідуального завдання (розрахунково-графічної роботи).

Інформаційне забезпечення

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. Бородкін Г.О. Web-технології та web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів: навч. посіб.. Київ : Ліра-К, 2020. 210 с.
3. Станкевич І.В., Окландер І.М., Сакун Г.О. Методичні вказівки до проведення практичних занять та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Дизайн-маркетинг» для студентів освітнього рівня «Бакалавр» для всіх галузей знань та спеціальностей. Одеса: ОДАБА, 2024.
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.

Допоміжні джерела інформації

6. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508. с.

7. Молчанов В. П. Технології WEB-дизайну: конспект лекцій. Харків: Вид. ХНЕУ, 2011. 212с.
8. Трофименко О.Г., Козін О.Б. Веб-дизайн та HTML-програмування: навч.- метод. посібник. Одеса: Фенікс, 2017. 194 с.