

# СХІДНЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА

**Факультет економіки і менеджменту**

**кафедра маркетингу, фінансів, банківської  
справи та страхування**

## **ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ**

**Освітньо-професійна програма**

**“Діджитал маркетинг”**

**Другий (магістерський) рівень вищої освіти**

<https://www.suem.edu.ua/storage/doc/ooop/ooop-fbs-2023m.pdf>

**Гарант:**

**Савченко Сергій Олегович**

**доктор економічних наук, професор**

**м. Черкаси,  
вул. Нечуя-Левицького, 16, а. 115.  
kaf-mark@suem.edu.ua**

# МЕДІАПЛАНУВАННЯ

## Мета

формування знань щодо основних інструментів ринку медіаносіїв, методів планування, організації та оцінки ефективності заходів з медіапланування, а також з особливостями процесу створення та реалізації медіаплану в комплексі маркетингових комунікацій.



Балгора Едуард Юрійович

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Планування рекламних компаній.
- Тема 2. Основні поняття та категорії медіапланування.
- Тема 3. Використання основних медіаканалів реклами.
- Тема 4. Показники медіапланування.
- Тема 5. Стратегія і тактика медіапланування.
- Тема 6. Оцінка і контроль ефективності медіаплану.
- Тема 7. Медіадослідження.
- Тема 8. Феномен медіавпливу як конститутивна основа технології медіапланування.

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 32 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 16 год.  |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Форма підсумкового контролю                    | залік   |
| Мова викладання                                | Українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-municipalnii-menedzment.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-municipalnii-menedzment.pdf</a> |

# БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

## Мета

формування у студентів системи професійних компетенцій з використання основ брендінгу, методів його організації для ефективного господарювання на рівні основної ланки суспільного виробництва – підприємства; набуття необхідної сукупності теоретичних і практичних знань для вирішення конкретних економічних завдань на сучасному етапі розвитку економіки



Савченко Сергій Олегович

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Сутність та поняття бренд-менеджменту
- Тема 2. Роль бренду у створенні бізнесу. Імідж бренду
- Тема 3. Аналіз цільової аудиторії. Споживчі патерни
- Тема 4. Ідентичність бренду. Розробка бренд-платформи
- Тема 5. Особистість та цінності бренду. Архетипи бренду
- Тема 6. Створення креативної ідеї бренду. Роль креативу у брендингу
- Тема 7. Брендбук: неймінг, слоган та фірмовий стиль
- Тема 8. Розробка рекламної кампанії: цілі та КРІ
- Тема 9. Бренд-комунікації. Традиційні та цифрові канали комунікації
- Тема 10. Оцінювання брендингу

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 32 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 16 год.  |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Форма підсумкового контролю                    | іспит   |
| Мова викладання                                | українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-socialne-straxuvannya.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-socialne-straxuvannya.pdf</a> |

# ДИДЖИТАЛ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

## Мета

формування у майбутніх фахівців теоретичних знань та практичних навичок і вмінь у сфері підготовки організації до переходу на диджитал її діяльності; аналізувати готовність організації до цифрових змін, використовувати цифрові інструменти для трансформації бізнесу в умовах цифрових змін; обирати та застосовувати сучасні бізнес-моделі.



Савченко Сергій Олегович

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Еволюція диджиталу та цифрової економіки.
- Тема 2. Новітні технології диджиталу стратегії підприємства.
- Тема 3. Диджиталізація стратегії управління бізнесом.
- Тема 4. Цифровий маркетинг в оптимізації диджиталу стратегії підприємства.
- Тема 5. Аналіз великих масивів інформації для прийняття управлінських рішень.
- Тема 6. Цифровий інформаційний простір та його складова штучний інтелект.
- Тема 7. Електронний маркетинг в диджиталі стратегії підприємства

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 24 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 24год.   |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Форма підсумкового контролю                    | іспит   |
| Мова викладання                                | Українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-povedinkovi-finansi.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-povedinkovi-finansi.pdf</a> |

# КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

## Мета

формування у майбутніх фахівців теоретичних знань та практичних навичок і вмінь у сфері підготовки організації до переходу на диджитал її діяльності; аналізувати готовність організації до цифрових змін, використовувати цифрові інструменти для трансформації бізнесу в умовах цифрових змін; обирати та застосовувати сучасні бізнес-моделі.



Бойко Олена Володимирівна

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Еволюція диджиталу та цифрової економіки.
- Тема 2. Новітні технології диджиталу стратегії підприємства.
- Тема 3. Диджиталізація стратегії управління бізнесом.
- Тема 4. Цифровий маркетинг в оптимізації диджиталу стратегії підприємства.
- Тема 5. Аналіз великих масивів інформації для прийняття управлінських рішень.
- Тема 6. Цифровий інформаційний простір та його складова штучний інтелект.
- Тема 7. Електронний маркетинг в диджиталі стратегії підприємства.

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 24 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 24 год.  |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Форма підсумкового контролю                    | іспит   |
| Мова викладання                                | українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansova-bezpeka-derzavi-ta-biznesu.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansova-bezpeka-derzavi-ta-biznesu.pdf</a> |

# НЕЙРОМАРКЕТИНГ

## Мета

дослідження впливу людини на пропозицію виробників, вивчення нейрофізіології, пізнавальної психології, аналізу бізнес-процесів задля підвищення ефективності контактів із споживачами та залучення їх до процесів формування брендів і торгівельних марок



Сукач Олена Миколаївна

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

*Тема 1. ФУНДАМЕНТАЛЬНИЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ПОНЯТТЯ, МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДОСЛІДЖЕННЯ*

*Тема 2. ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ*

*Тема 3. НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНЕ ПРОГРАМУВАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ*

*Тема 4. СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД МАРКЕТИНГУ*

*Тема 5. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ НЕЙРОТЕХНОЛОГІЙ*

*Тема 6. СУЧАСНІ НЕЙРОПІДХОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ*

*Тема 7. КОГНІТИВНІ ВИКРИВЛЕННЯ*

*Тема 8. НЕЙРОДИЗАЙН*

*Тема 9. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ*

*Тема 10. NUDGE-МАРКЕТИНГ*

*Тема 11. KANSEI ENGINEERING У МАРКЕТИНГУ*

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 32 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 16 год.  |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Мова викладання                                | українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansovii-konsalting.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansovii-konsalting.pdf</a> |

# СТВОРЕННЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ

## Мета

формування у здобувачів відповідних дисциплінарних компетентностей, які впливають на формування професійних компетентностей щодо управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах господарювання.

## ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Сучасні теорії конкуренції
- Тема 2. Державне регулювання конкуренції
- Тема 3. Діагностика конкурентного середовища підприємства
- Тема 4. Визначення потенціалу конкурентоспроможності підприємства та його складових
- Тема 5. Формування конкурентних переваг підприємства
- Тема 6. Методи забезпечення конкурентних переваг підприємства
- Тема 7. Технологія забезпечення конкурентних переваг
- Тема 8. Особливості управління конкурентоспроможністю продукції
- Тема 9. Управління конкурентоспроможністю підприємства
- Тема 10. Соціальна відповідальність і конкурентоспроможність підприємства
- Тема 11. Розроблення і реалізація програм підвищення конкурентоспроможності підприємства
- Тема 12. Оцінювання ефективності сучасних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

Скварчинська Людмила  
Анатоліївна

|  |   |
|--|---|
| Курс / семестр вивчення                        | 5/10 семестр  |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 4   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 32 год.  |
|  | Практичні, семінарські заняття - 16 год.  |
|  | Самостійна робота - 72 год.   |
| Мова викладання                                | українська  |
| Посилання на силабус                           | <a href="https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansovii-konsalting.pdf">https://suem.edu.ua/storage/doc/finansy/silabusy/silabus-finansovii-konsalting.pdf</a> |