



Силабус курсу Автоматизація маркетингу

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-наукова програма “Маркетинг”

Дні занять:
Консультації:

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. **Дудар Володимир Тарасович**

Контактна інформація

voloddar@yahoo.com, +380679604886

Опис дисципліни

Дисципліна “Автоматизація маркетингу” спрямована на формування у студентів сукупності знань в області теорії і практики автоматизації маркетингу; отримання ними умінь і навичок самостійної розробки програм інтернет-маркетингу, оволодінні необхідним навичкам роботи з базами даних, програмами, що забезпечують роботу користувачів в комп’ютерних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в економічній сфері інтернет маркетингу.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
3 / 4	1. ОСНОВИ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ.	Засвоїти теоретичні основи сутності автоматизації маркетингу.	Ситуаційні завдання
2 / 4	2. АВТОМАТИЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ІНСТРУМЕНТИ	Засвоїти основні інструменти автоматизації маркетингу і їх використання.	Ситуаційні завдання
2 / 4	3. CRM СИСТЕМИ.	Засвоїти основні кроки до автоматизації маркетингу з CRM.	Ситуаційні завдання
2 / 6	4. ЛІДОГЕНЕРАЦІЯ – КАНАЛИ ОТРИМАННЯ ЛІДІВ, ІНСТРУМЕНТИ, МЕТРИКИ	Засвоїти особливості лідогенерації, а також інструменти які використовуються	Ситуаційні завдання

2 / 4	5. АВТОМАТИЗАЦІЯ E-MAIL МАРКЕТИНГУ	Уміння створювати автоматизовані масові розсилання електронної пошти та проводити сегментацію бази даних контактів	Ситуаційні завдання
2 / 4	6. АВТОМАТИЗАЦІЯ SMM-МАРКЕТИНГУ	Вміти застосовувати інструменти просування у соціальних мережах, аналізувати цільову аудиторію та конкурентів у соціальних мережах.	Ситуаційні завдання
2 / 4	7. АВТОМАТИЗАЦІЯ РОБОТИ З ЧАТ-БОТОМ	Уміння створювати прості чат-боти в месенджерах.	Ситуаційні завдання

Літературні джерела

1. Для чого потрібен бот у бізнесі? URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/bot-reviews.html>. Дата звернення: 06.02.2021.
2. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. URL: <https://texterra.ru/blog/kakpostroit-smm-strategiyu-poshagovuyu-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykhsetyakh.html>. Дата звернення: 12.02.2021.
3. Кришко Ю. Як створювати актуальні тригерні. Email-розсилки та які інструменти для цього потрібні. URL: <https://snov.io/blog/ua/email-dripcampaigns-ua/>
4. Лид // URL: www.webeffector.ru. Дата звернення: 14.02.2021
5. Можливості використання CRM-систем / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.terrasoft.ua>
6. Сидоренко М.А. Email-маркетинг. Якісний зворотній зв'язок від plaintext листа. Економіка інноваційної діяльності підприємств. 2020. №3. С. 327- 328.
7. Створення відділу продаж Бітрікс 24, 2018. 172 с.
8. Структура CRM-системы. URL: <https://crm-systems.info/strukturacrm-sistemy/>.
9. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 216 с.
10. Що таке Email-маркетинг? URL: <https://mebly.net/shho-take-emailmarketing.html>

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПІЗ, враховуючи поточне опитування)
20%	40%	30%
1. Усне опитування під час заняття (3 теми по 10 балів = 30 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	1. 1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 10 балів = 40 балів) 2. Письмова робота = 70 балів	1. Написання та захист КПІЗ = 80 балів 2. Виконання завдання під час тренінгу = 20 балів

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом