

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Пахуча Еліна Вікторівна



Вища освіта – магістр з менеджменту

Науковий ступень – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент

Досвід роботи – 12 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавтор начального посібника, практикуму та фахових статей з маркетингу;
- автор методичних розробок з дисципліни;
- учасник наукових конференцій;
- член ГО «Об'єднання маркетологів України».

телефон	+380970037652	електронна пошта	ellinapakhucha@gmail.com	дистанційна підтримка	Moodle
---------	---------------	------------------	--------------------------	-----------------------	--------

До викладання дисципліни долучені: -

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів комплексних знань і практичних навичок щодо використання маркетингу впливу як ефективного інструменту просування брендів, товарів і послуг через співпрацю з лідерами думок, блогерами та іншими впливовими особами.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності / практичне завдання• Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів/ відповіді на питання, практичне завдання.• Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень/ практичне завдання.• Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи/ практичне завдання.• Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища /відповіді на питання
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин практичні; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1.

Лекція 1.	Основи та розвиток маркетингу впливу	Практичне заняття (ПЗ) 1	Основи та розвиток маркетингу впливу	Самостійна робота	Порівняння маркетинг впливу з традиційними методами реклами та PR.
Лекція 2.	Лідери думок та їх класифікація	ПЗ 2	Лідери думок та їх класифікація		Опис механізм формування довіри та авторитету у лідерів думок. Навести приклади, як це працює на практиці.
Лекція 3.	Платформи та канали маркетингу впливу. Стратегії маркетингу впливу	ПЗ 3,4 ПЗ 5	Платформи та канали маркетингу впливу Стратегії маркетингу впливу		Аналіз впливу подкастів та стрімінгових платформ на поведінку споживачів. Створення списку методів залучення інфлюенсерів для рекламної кампанії обраного бренду.

Модуль 2.

Лекція 4.	Колаборації та партнерства в маркетингу впливу	ПЗ 6	Колаборації та партнерства в маркетингу впливу	Самостійна робота	Розробка концепції нативної реклами для одного з інфлюенсерів, враховуючи особливості його контенту та аудиторії.
Лекція 5.	Створення ефективних рекламних кампаній. Етичні аспекти маркетингу впливу	ПЗ 7	Створення ефективних рекламних кампаній		Розробка стратегії крос-кампанії для двох інфлюенсерів, яка буде спрямована на просування нового продукту. Визначення взаємодію між ними.
Лекція 6.	Антикризовий менеджмент у маркетингу впливу	ПЗ 8 ПЗ 9	Етичні аспекти маркетингу впливу Антикризовий менеджмент у маркетингу впливу		Розробка стратегії для боротьби з фейковими новинами та маніпуляціями в маркетингу впливу Оцінка репутаційних ризиків у разі невдалого використання інфлюенсерів у маркетингових кампаніях.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Пахуча Е.В., Шелудько Р.М., Білоусько Т.Ю. Маркетинг: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 242 «Туризм», 281 «Публічне управління та адміністрування», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Х.: Тім Пабліш Груп, 2020. 300 с.
2. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101 с.
3. Савицька Н.Л., Прядко О.М, Мелушова І.Ю. Брендинг: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: Харків: вид-во Іванченко, 2019. 72 с.

Методичне забезпечення

1. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг»/ укладач: Пахуча Е.В.; ДБТУ. Харків, 2023. с.45 <https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/45633>
2. Савицька Н.Л., Пахуча Е.В. Поведінка споживача: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг»; ДБТУ. Харків, 2023. 51 с.
3. Журнал “Маркетинг в Україні” <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketynng-v-ukrayini/>

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (електронне посилання на положення)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 60	60% від усередненої оцінки за виконання практичних завдань та засвоєння блоку самостійної роботи
		до 40	40 % - результати підсумкового оцінювання (залік)

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.