



### АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Сучасні ІТ
Освітня програма	Економіка
Компонент освітньої програми	Вибіркова
Загальна кількість кредитів та кількість годин вивчення дисципліни	3 кредити/90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладачі	Вальковець Алла Степанівна, викладач
CV викладачів на сайті кафедри	<a href="https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1207-valkovets-alla-stepanivna">https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1207-valkovets-alla-stepanivna</a>
E-mail викладачів:	alla.valkovets@rshu.edu.ua

#### Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування у студентів знань та практичних навичок використання сучасних інформаційних технологій у сфері маркетингу, аналітики та цифрової реклами.

**Завдання:**

- ознайомлення з основними маркетинговими інформаційними системами та платформами.
- опанування методів аналізу даних та цифрової аналітики.
- використання хмарних технологій, Big Data та штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях.
- формування навичок роботи з платформами для автоматизації маркетингу, таргетингу та CRM.

#### Зміст навчальної дисципліни

##### Змістовний модуль 1: Дані, аналітика та автоматизація у маркетингу

1. Вступ до сучасних інформаційних технологій у маркетингу. Основні тренди
2. Інформаційні системи у маркетингу: CRM, CDP, ERP
3. Автоматизація маркетингових процесів: email-маркетинг, чат-боти, RPA
4. Основи цифрової аналітики: Google Analytics, Meta Business Suite
5. Великі дані (Big Data) та штучний інтелект у маркетинговій аналітиці
6. Використання AI у маркетингу: генерація контенту (ChatGPT, Midjourney, Canva AI)
7. Бізнес-аналітика у маркетингу: Power BI, Tableau

##### Змістовний модуль 2: Цифрова реклама, SMM та безпека даних

8. Контекстна реклама: Google Ads, Meta Ads, PPC-кампанії
9. Пошукова оптимізація (SEO): принципи, інструменти, аналітика
10. SMM та контент-маркетинг: аналітика соціальних мереж
11. Автоматизація реклами у соціальних мережах
12. Кібербезпека у маркетинговій діяльності: захист даних
13. Практичне моделювання маркетингових кампаній
14. Використання no-code платформ для маркетингових процесів
15. Перспективи розвитку цифрового маркетингу: новітні технології та етика використання даних.