



Львівський національний
університет
природокористування

Факультет управління,
економіки та права

Кафедра міжнародних
економічних відносин та
маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ВІДЕОМАРКЕТИНГ»

Рівень вищої освіти – *перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – *3*

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова
дисципліна професійної підготовки*

Мова викладання – *українська*

Лектор курсу	ЛИНДЮК Андрій Олександрович Завідувач кафедри, к.е.н., доцент
Профайл лектора	https://lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4032
Контактна інформація	lyndyukao@lnup.edu.ua телефон: +380688080223

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Анотація до курсу	Навчальна дисципліна «Відеомаркетинг» є вибірковою дисципліною, що належить до циклу професійної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальністю 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування», яка викладається для магістрів в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета курсу	Методом курсу «Відеомаркетинг» є навчити студентів-маркетологів ефективно використовувати відео як інструмент для просування брендів, товарів та послуг. Курс спрямований на формування знань щодо розробки та реалізації відеомаркетингових стратегій, включаючи створення контенту, його оптимізацію для різних платформ, роботу з відеорекламою та оцінку її ефективності. Студенти навчаються використовувати відео для залучення аудиторії, підвищення рівня впізнаваності бренду, стимулювання конверсії та формування лояльності споживачів через креативність та інновації.
Формат курсу	Проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання самостійної роботи студентами, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій,

	зокрема тематичні лекції, лекції-дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та інше
Підсумковий контроль	Залік

СТРУКТУРА КУРСУ

Години (лек./ сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/4	Тема 1. Вступ до відеомаркетингу	Огляд курсу та основне поняття відеомаркетингу. Важливість відео в сучасних маркетингових стратегіях. Тенденції розвитку відеоконтенту у маркетингу. Роль відео у формуванні іміджу бренду.	Тести Питання Ситуаційні вправи
2/4	Тема 2. Типи відеоконтенту	Відео для маркетингу: рекламні ролики, відеоогляди, інструкції, відеоблоги, live-трансляції. Відео для різних етапів воронки продажів. Особливості створення відео для B2B та B2C секторів. Адаптація відеоконтенту під різні платформи (YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIn).	Тести Питання Ситуаційні вправи
2/4	Тема 3. Стратегії відеомаркетингу	Розробка стратегії відеомаркетингу. Цілі та KPI відеокампаній (пізнаваність бренду, залучення, конверсії). Інтеграція відео в загальну маркетингову стратегію. Вибір каналів для поширення відео.	Тести Питання Практичні завдання
2/4	Тема 4. Створення відеоконтенту	Етапи створення відео: ідея, сценарій, зйомка, монтаж. Інструменти для створення відео: програми для монтажу, анімації, графіки. Основи зйомки та монтажу: композиція кадру, освітлення, звук. Особливості створення коротких відео для соціальної мережі (шорти, ролики).	Тести Питання Практичні завдання
2/4	Тема 5.	Види відеореклами: інстрім (in-stream),	Тести

	Відеореклама	дисплейна (display), нативна (native) реклама. Платформи для розміщення відеореклами (YouTube Ads, Facebook Ads, TikTok Ads, Instagram). Таргетинг відеореклами: демографічний, поведінковий, контекстуальний. Оцінка ефективності відеореклами	Питання Практичні завдання
2/4	Тема 6. Відео для соціальних мереж	Платформи для розміщення відеоконтенту: YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn. Особливості створення відео для кожної платформи (формати, тривалість, стиль). Стратегії органічного та платного просування відео в соціальних мережах. Використовуйте живі трансляції та відео в реальному часі для підвищення залучення.	Тести Питання Практичні завдання
2/4	Тема 7. Створення вірусного відео	Принципи створення вірусного контенту. Психологія та мотивація глядачів до розширення відео. Кейси успішних вірусних відеокампаній. Інтеграція вірусного контенту в маркетингову стратегію.	Тести Питання Практичні завдання
2/4	Тема 8. Етичні аспекти відеомаркетингу	Приватність та використання персональних даних у відеомаркетингу. Етичні виклики у створених та розміщених відео. Законодавство щодо використання авторських прав на відеоконтент.	Тести Питання Практичні завдання

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-15 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

Політика курсу щодо академічної доброчесності. Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» (https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf)

Політика щодо використання електронних засобів. На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не

допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle рекомендується використовувати ноутбуки, планшети або телефони.

Методи контролю. Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у віртуальному навчальному середовищі Львівського НУП.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Кононенко О. 11 маркетингових каналів для отримання клієнтів у 2022 році. URL: <http://surl.li/gymlw>.
2. Смирнова Т. Тенденції відео-, B2B та B2C-маркетингу: дані дослідження. URL: <http://surl.li/gymil>
3. Томпсон Е. Вражаюча статистика відеомаркетингу 2023: наскільки ефективні маркетингові відео? URL: <http://surl.li/gymiv>
4. Тренди діджитал-маркетингу на 2023 рік. <http://surl.li/gymjb>
5. Як легко створити стратегію відео маркетингу у 2023 році. URL: <http://surl.li/gymjh>
6. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <http://surl.li/gymav>
6. Butenko, N., Mykhaylovych, O., Bincheva, P., Lyndyuk, A. and Luchnikova, T. (2023). The Role of Internet Marketing in the Strategy of Forming Entrepreneurial Activity. *Econ. Aff.*, 68(01s): 73-82.
7. Ryan, D. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation.* – Kogan Page, 2022.
8. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice.* – Pearson, 2020.
9. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. *Social Media Marketing.* – Sage Publications, 2020.
10. Evans, D. *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement.* – Sybex, 2019.
11. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.* Somerset: Wiley, 2016. 208 p.