

Анотація вибіркової навчальної дисципліни

Практикум з основ маркетингу в кіберспорті

назва вибіркової навчальної дисципліни

Назва кафедри, яка викладає навчальну дисципліну	Кіберспорту та інформаційних технологій
Шифр вибіркової навчальної дисципліни	ВД38
Загальна кількість кредитів ЄКТС	3
Форма підсумкового контролю	залік
Короткий опис змісту дисципліни (мета, тематика та зміст)	Дисципліна спрямована на формування загальних і фахових компетентностей, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки здобувачів спеціальності А7 «Фізична культура і спорт», зокрема здобуття практичних навичок роботи з інструментами маркетингу в сфері кіберспорту. Під час вивчення дисципліни студенти ознайомлюються зі структурою кіберспортивного ринку, особливостями поведінки аудиторії, опановують принципи просування команд, турнірів, брендів та гравців, засвоюють основи цифрового маркетингу, контент-стратегії, аналітики, партнерства та роботи зі спонсорами. Обсяг дисципліни – 3 кредити ECTS. Основні теми: основи маркетингу в кіберспорті, аналітика ринку та поведінки аудиторії, стратегія просування, цифрові інструменти маркетингу, партнерські стратегії та брендинг. Підсумкова оцінка формується за результатами поточного контролю та заліку
Очікувані результати навчання	застосування теоретичних та практичних положень маркетингу в кіберспорті, зокрема під час індивідуальної або командної підготовки спортсмена, організації змагального чи комерційного продукту, просування кіберспортивних заходів, брендів, гравців, розробки маркетингових

	кампаній, створення медіаконтенту, використання цифрових інструментів та аналітики, а також критичного оцінювання результатів комунікаційних і спонсорських активностей (самостійно або у складі групи): <i>знанням:</i> визначати базові поняття та принципи маркетингу в кіберспорті; розуміти структуру ринку, типи аудиторій та способи аналізу їх поведінки; знати специфіку цифрових каналів комунікації та їх вплив на просування бренду; ідентифікувати форми спонсорства та партнерств у кіберспорті. <i>умінням:</i> застосовувати маркетингові інструменти для просування команд, гравців, турнірів; користуватись цифровими платформами (Twitch, YouTube, соціальні мережі) для формування комунікації; аналізувати метрики охоплення та ефективності маркетингових кампаній; розробляти контент-плани, презентації для спонсорів, створювати комерційні пропозиції; працювати у складі команди над реальними або симульованими кейсами.
ПІБ науково-педагогічного працівника/ів, який/і викладає/ють навчальну дисципліну, електронна пошта	Шинкарук О.А. oshynkaruk@uni-sport.edu.ua, Гордієва М.В. mhordieieva@uni-sport.edu.ua