

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.

« 25 » 2025



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**INNOVATIVE APPROACHES TO CUSTOMER ENGAGEMENT
IN MARKETING**

підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма Маркетинг
Спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

ВИКЛАДАЧ *Калюжна Юлія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу*

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри кафедри управління
персоналом і маркетингу

Протокол №_1_ від “25” серпня 2025 р.
В.о. завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу

В.В. Малтиз

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

В.В.Малтиз

2025 рік

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



Зв'язок з викладачем (викладачами):

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=14935>

E-mail: kalyuzhnaya.ju@gmail.com

Телефон: (061)228-76-25 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: ZOOM, Telegram – за вибором викладача

Кафедра: Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74 (5корпус ЗНУ), ауд.218-А

1. Опис навчальної дисципліни

Курс зосереджено на інноваційних підходах до залучення клієнтів (customer engagement) у цифрових і фізичних точках контакту: від поведінкового дизайну, гейміфікації, персоналізації та AI-маркетингу, до створення спільнот, UGC/інфлюенсер-маркетингу, сервіс-дизайну та омніканальних сценаріїв. Студенти опановують сучасні інструменти CRM/CDP, marketing automation, A/B-testing, метрики довіри/лояльності та фінансову оцінку ROMI/CLV.

Предмет вивчення: стратегії й інструменти підвищення залучення клієнтів, їх вимірювання та оптимізація на основі даних і експериментів.

Мета: сформувати компетентності для проєктування, тестування та масштабування інноваційних механік залучення клієнтів з підтвердженим бізнес-ефектом (KPI, ROMI, CLV).

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інноваційні підходи до залучення клієнтів у маркетингу» є:

- оволодіння методами картографування клієнтського досвіду (CJM) та визначення точок зростання залучення;
- набуття навичок розроблення й впровадження інноваційних механік engagement (гейміфікація, поведінковий дизайн, персоналізація, сервіс-дизайн, community/UGC);
- формування вміння налаштовувати CRM/CDP і маркетингову автоматизацію для тригерних комунікацій і персональних пропозицій;
- здатність проводити експерименти (A/B, багатофакторні), виконувати каузальний аналіз та розрахунок ROMI/CLV;
- розвиток умінь проєктувати та презентувати engagement-стратегію з дорожньою картою та KPI на 6–12 місяців.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Статус дисципліни	Вибіркова	
Семестр	3 -й	3 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90 год.	
Лекційні заняття	12 год.	4 год.
Практичні заняття	24 год.	4 год.
Самостійна робота	54 год.	82 год.
Консультації	https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/economy/navchalnij_p_rotses Вівторок 12:00-12:55 Ідентифікатор конференції: 296 367 4599 Код доступу: 1234	

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



Вид підсумкового семестрового контролю:	залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/section.php?id=17248

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК 10. Здатність оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM. Р 11 Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р16 Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.	Репродуктивні методи: Пояснювально-ілюстративний метод: Використовується для передачі теоретичних знань та понять про різні технології розробки управлінських рішень. Метод роботи з навчальними та методичними матеріалами: Проблемно-пошукові методи: Метод проблемного викладу: Студентам пропонуються реальні бізнес-ситуації, де вони повинні виявити проблеми	Поточний контроль передбачає такі теоретичні завдання: - Усне опитування і обговорення лекції; - Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом; Поточний контроль передбачає такі практичні завдання: - Розв'язання задач; - Розв'язання практичних завдань. - Презентація власних досліджень.

	та запропонувати стратегії їх вирішення з використанням технологій розробки управлінських рішень. Навчальні дискусії: Стимулюються обговорення та аналіз різних підходів до прийняття управлінських рішень, що сприяє розвитку критичного мислення та обґрунтованим аргументаціям. Наочні методи: Використання схем, моделей та алгоритмів: Студентам можуть бути представлені схеми або моделі процесів управління, які вони вивчають та аналізують для кращого розуміння роботи різних технологій. Практичні методи: Практичні та контрольні завдання	
--	---	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи customer engagement та карта досвіду

Тема 1: Основи залучення клієнтів у маркетингу.

Ключові метрики (DAU/MAU, Retention, NPS, CES, Engagement Rate, Churn), роль CLV. Принципи та етапи побудови Customer Journey Map (CJM) й визначення точок зростання залучення.

Змістовий модуль 2. Інноваційні механіки залучення

Тема 2: Інноваційні підходи до залучення клієнтів

Інноваційні підходи до залучення клієнтів: гейміфікація, поведінковий дизайн (nudge, choice architecture), сервіс-дизайн, персоналізація/рекомендації (в т.ч. AI), омніканальні сценарії on-/offline. Вибір механік під цілі та аудиторії.

Змістовий модуль 3. Дані, CRM/CDP і маркетингова автоматизація

Тема 3: Архітектура даних і платформи CRM/CDP для сегментації та тригерних



комунікацій (welcome, reactivation, win-back, abandonment). Marketing automation і дизайн експериментів (А/В-тести, багатофакторні) для перевірки гіпотез.

Змістовий модуль 4. Вимірювання ефекту та масштабування

Тема 4: Аналітика ефекту та прийняття рішень: когортний аналіз, CLV/CAC, ROMI, uplift/інкрементальність, статистичні пороги. Критерії «масштабувати/припинити», roadmap на 6–12 міс. з KPI та ризиками.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Лекція 1	Тема 1: Основи залучення клієнтів у маркетингу.	3	1	раз на тиждень
Практичне заняття 1	Тема 1: Основи залучення клієнтів у маркетингу.	6	1	раз на тиждень
Самостійна робота 1	Тема 1: Основи залучення клієнтів у маркетингу.	13	20	
Лекція 2	Тема 2: Інноваційні підходи до залучення клієнтів	3	1	раз на тиждень
Практичне заняття 2	Тема 2: Інноваційні підходи до залучення клієнтів	6	1	раз на тиждень
Самостійна робота 2	Тема 2: Інноваційні підходи до залучення клієнтів	13	20	
Лекція 3	Тема 3: Архітектура даних і платформи CRM/CDP для сегментації та тригерних комунікацій	3	1	раз на тиждень
Практичне заняття 3	Тема 3: Архітектура даних і платформи CRM/CDP для сегментації та тригерних комунікацій	6	1	раз на тиждень
Самостійна робота 3	Тема 3: Архітектура даних і платформи CRM/CDP для сегментації та тригерних комунікацій	15	22	
Лекція 4	Тема 4 4. Вимірювання ефекту: KPI, ROMI/CLV, масштабування	3	1	раз на тиждень
Практичне заняття 4	Тема 4 4. Вимірювання ефекту: KPI, ROMI/CLV, масштабування	6	1	раз на тиждень
Самостійна робота 4	Тема 4 4. Вимірювання ефекту: KPI, ROMI/CLV, масштабування	13	20	

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



5. Види і зміст контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання**	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Опитування по темі	Повне висвітлення питання- 3 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1-2 б.	4
	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Виконання практичної частини роботи оцінюється у 10 балів: 1–5 – роботу виконано з помилками; 6–9 – роботу виконано з незначними помилками; 10 – роботу виконано без помилок і звіт оформлено згідно з вимогами.	10
Самостійна робота 1	Виконання дослідницького завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ		1
Практичне заняття 2	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Опитування по темі	Повне висвітлення питання-3 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1-2 б.	4
	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Виконання практичної частини роботи оцінюється у 10 балів: 1–5 – роботу виконано з помилками; 6–9 – роботу виконано з незначними помилками; 10 – роботу виконано без помилок і звіт оформлено згідно з вимогами.	10
Самостійна робота 2	Виконання дослідницького завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ		1
Практичне заняття 3	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Опитування по темі	Повне висвітлення питання-3 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1-2 б.	4
	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Зміст практичної роботи: Розв’язання кейс-завдань тестування	Виконання практичної частини роботи оцінюється у 10 балів: 1–5 – роботу виконано з помилками; 6–9 – роботу виконано з незначними	10

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



			помилками; 10 – роботу виконано без помилок і звіт оформлено згідно з вимогами.	
Самостійна робота 3	Виконання дослідницького завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ		1
Практичне заняття 4	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Опитування по темі	Повне висвітлення питання-3 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1-2 б.	4
	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Виконання практичної частини роботи оцінюється у 10 балів: 1–5 – роботу виконано з помилками; 6–9 – роботу виконано з незначними помилками; 10 – роботу виконано без помилок і звіт оформлено згідно з вимогами.	10
Самостійна робота 4	Виконання дослідницького завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ		1
Усього за поточний контроль				60
Підсумковий контроль				
Залік	Тестування	Тестування за матеріалом курсу дозволяє перевірити Теоретичні знання студента та проводиться в СЕЗН MOODLE.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 2 бали.	40
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторниурсом)		

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень
5. Основні навчальні ресурси



Рекомендована література

1. Albrecht M. G., Green M., Hoffman L. Principles of marketing. Houston : OpenStax, 2023. 699 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0058784.pdf>.
2. Contemporary Issues in Digital Marketing / edited by O. Niininen. London : Routledge, 2022. 188 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052810.pdf>.
3. Dolbec P. -. Digital Marketing Strategy. Montreal, 2021. 245 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057204.pdf>.
4. eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World / U. Schuler (ed.). 7th ed. Cape Town : Red & Yellow, 2022. 758 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057203.pdf>.
5. Grayson R. Foundations in Digital Marketing: Building Meaningful Customer Relationships and Engaged Audiences. Victoria : BCcampus, 2023. 247 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057202.pdf>.
6. Modern trends in digital transformation of marketing & management : collective monograph / Edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlinskyi. Kosice : Vysoka skola bezpecnostneho manazerstva, 2023. 604 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053542.pdf>.
7. The Dynamics of Influencer Marketing: A Multidisciplinary Approach / edited by J. M. Alvarez-Monzoncillo. London : Routledge, 2023. 220 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052798.pdf>.
8. The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience / edited by K. Backstrom, C. Egan-Wyer, E. Samsioe. Cham : Palgrave Macmillan, 2023. 383 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057177.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
3. Журнал Маркетинг в Україні. URL: <http://mr.com.ua/>
4. Журнал Маркетинг і реклама. URL: <http://uam.in.ua/ua/projects/marketing-in-ua/>
5. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>



Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом засвоєння дисципліни. За систематичні пропуски занять та не виконання завдань без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на в системі Moodle. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Політика академічної доброчесності

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до матеріально-технічної бази університету, виконувати графік освітнього процесу, не допускати академічної заборгованості або вчасно ліквідовувати її.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час лекційних занять телефони та інші персональні гаджети не вилучаються, але необхідно їх перевести у беззвучний режим.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. У окремих випадках викладач надає Viber/Telegram або електронну пошту.

Визнання результатів неформальної / інформальної освіти

З даної дисципліни визнаються результати неформальної освіти згідно «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти». <http://surl.li/evcjl>. Доступність зазначеного документа для учасників освітнього процесу забезпечується шляхом його розміщення на офіційному веб-сайті ЗНУ <http://surl.li/emvpz>.

За наявності сертифікату, свідоцтва програми тощо, про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікацій та іншого з тематики (однієї з тем з змістовного модуля) навчальної дисципліни. Дотичність тематики, відповідність досягнутих результатів навчання та кількість додаткових балів, визначається викладачем. Документи, що підтверджують участь здобувача в відповідних заходах, мають бути подані викладачу до початку сесії.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень
ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ



ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методiku проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://surl.lu/hfjbya>

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://surl.li/qgacqa>

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до:

Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://surl.li/unwzzm>

Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://surl.lu/xkxmuz>

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Кабінет практичного психолога Марті Ірини Вадимівни – навч. корп. №4, каб. №235 (понеділок, середа, четвер 9.00-11.00, 13.00-15.00), навч. корп. №9 (ІННІ) каб.57 (п'ятниця 9.00-11.00, 13.00-15.00), гуртожиток №6 (вул. Добролюбова, 19, середа 9.00-11.00, 13.00-15.00). Попередній запис за тел.: 228-76-48, (099) 253-78-73 щоденно з 9 до 15.

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ

Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://surl.li/ivcwih>

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>