

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг продуктового ІТ

Статус дисципліни: вільного вибору здобувачів вищої освіти.

Викладач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну: Квіта Г.М., доцент

Рекомендовано: третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити): попередні вимоги до опанування дисципліни для вибору, обов'язкові дисципліни відповідної освітньої програми.

1. Анотація:

Обсяг: загальна кількість годин – 180, кількість кредитів ЄКТС – 6.

Мета дисципліни – формування теоретичних знань і набуття практичних навичок до застосування сучасних методів та інструментів маркетингу, цифрових технологій, ресурсів та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.

Результати навчання дисципліни:

знати: передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

вміти: формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

володіти: здатністю застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. А також, здатністю до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.

здатен продемонструвати: здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. А також здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.

Зміст дисципліни: Тема 1. Вступ у продуктове ІТ. Маркетинг ІТ-продуктів. Тема 2. Аналіз ринку. GTM-стратегія. Тема 3. Перформанс-маркетинг ІТ-продукту. Тема 4. Бренд-маркетинг ІТ-продукту. Тема 5. Продуктовий маркетинг. Тема 6. Аналітика в маркетингу ІТ-продуктів.

Форми підсумкового контролю: залік (семестр 3).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання, вправи, перелік питань, комплекти тестових завдань для тематичного та підсумкового контролів.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота							Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	МК	100
13	14	13	14	13	13	20	

Розподіл балів з дисципліни

Види оцінювання	T1	T2	T3	T4	T5	T6	Всього
Виступ на практичному занятті	7	8	7	8	7	7	44
Поточний контроль	6	6	6	6	6	6	36
Модульний контроль							20
Всього з дисципліни							100

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно набрати в сумі мінімальну кількість балів (60) за виконання індивідуальних завдань (вправ), виступи на практичних заняттях, презентації, поточний (тематичний) контроль.

3.3. Допускається визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті

3.4. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожний вид роботи, що оцінюються в балах.

3.5. В разі несвоєчасного виконання робіт бали знижуються.

3.6. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- з поважних причин роботи оцінюються без зниження максимального балу за умови завчасного повідомлення викладача або через старосту групи (документально) про причину затримки та строки перенесення здачі роботи;
- без поважних причин – зі зниженням максимального балу за виконані роботи.

- 3.7. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.
- 3.8. Пропущені заняття обов'язково потребують відпрацювання за індивідуальним графіком, погодженим з викладачем.