

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг інновацій в галузі телекомунікацій»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень	бакалавр		
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр	6		
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни	вибіркова		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	26	-	36	-	58

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Конкурентоспроможність підприємства 2. Маркетинги 3. Маркетингові комунікації. 4. Конкурентоспроможність підприємства 5. Стратегічний маркетинг
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота.
Мета курсу:	формувати та розвивати у студентів загальні і професійні компетентності у сфері маркетингу, які є необхідними для вирішення професійних завдань щодо застосування маркетингового інструментарію при впровадженні інновацій в галузі телекомунікацій.

Компетентності відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)
ЗК 8. Навички інформаційно-комунікаційних технологій: здатність до використання сучасного програмного забезпечення для обробки, аналізу, представлення інформації, прийняття обґрунтованих фахових рішень; використання інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних електронних пристроїв і гаджетів. ЗК 9. Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.	ППк5. Здатність працювати з системами формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень. ППк8. Здатність до аналізу, оцінки та прогнозування ринку ІКТ послуг. ППк10. Здатність організовувати маркетингову діяльність щодо просування інновацій в галузі телекомунікацій ППк12. Здатність застосовувати програми та ІТ - технології в економіці і маркетингу..

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми (програмні результати навчання – ПРН)

ПРН 7. Здатність виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи, гнучкість та креативність мислення, вміння застосовувати інноваційні підходи у маркетинговій діяльності.
--

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Загальна діяльність характеристика інновацій в маркетинговій діяльності			
Тема 1.Затребуваність інноваційних технології в маркетинговій діяльності. Знати: форсайт-технології маркетингу Вміти: проводити маркетингову інноваційну політику	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія,

Формування компетенцій: ЗК8, ЗК9, ППк5, ППк8, ППк10, ППк12 Результати навчання: ПРН7 Рекомендовані джерела: 1,5,6-10	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема2. Основи маркетингової інноваційної політики Знати: особливості формування інноваційної культури у маркетинговій політиці Вміти: забезпечувати маркетингову підтримку інноваційного процесу Формування компетенцій: ЗК8, ЗК9, ППк5, ППк8, ППк10, ППк12 Результати навчання: ПРН7 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема3. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу Знати: маркетингові складові інноваційного процесу. Вміти: здійснювати маркетинг інновацій . Формування компетенцій: ЗК8, ЗК9, ППк5, ППк8, ППк10, ППк12 Результати навчання: ПРН7 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема4. Маркетингова характеристика ринку інновацій Знати: специфіку ринку інновацій Вміти: визначати доцільність форсайт-технологій в маркетинговій діяльності Формування компетенцій: ЗК8, ЗК9, ППк5, ППк8, ППк10, ППк12 Результати навчання: ПРН7 Рекомендовані джерела: 1-10	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, Обговорення ситуації
	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема5. Економіко-математичні методи та моделі маркетингових досліджень. Знати: принципи розробки та впровадження МІС у сфері інформаційної діяльності та послуг, Вміти: формувати маркетингову інформаційну систему Формування компетенцій: ЗК8, ЗК9, ППк5, ППк8, ППк10, ППк12 Результати навчання: ПРН7 Рекомендовані джерела: 1-10	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, Обговорення ситуації; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Модульний контроль 1 Загальна діяльності характеристика інновацій в маркетинговій діяльності
Тема1. Затребуваність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності. Тема2. Основи маркетингової інноваційної політики	Самостійна робота	7-12	– Передумови та особливості маркетингової інноваційної політики у нових економічних умовах – Головні стратегічні можливості інноваційних компаній.

<p>Тема 3. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу</p> <p>Тема 4. Маркетингова характеристика ринку інновацій</p> <p>Тема 5. Економіко-математичні методи та моделі маркетингових досліджень.</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Сутисть і механізм впливу референтних груп при реалізації маркетингової інноваційної політики - Бенчмаркінг у системі розробки інновацій. - Адаптація споживачів до інновації - Загальна характеристика інноваційних технологій маркетингу. - Система інноваційних важелів - Бар'єри для впровадження інновацій. - Особливості формування інноваційної культури. - Споживачі як джерело інноваційних ідей. - Етапи реалізації інноваційного проекту - Інноваційна сегментація.
Розділ 2. Інноваційна маркетингова політика телекомунікаційних підприємств			
<p>Тема 6. Принципи інноваційної політики в маркетинговій діяльності ТК підприємств.</p> <p>Знати: типи ІКТ продуктів і послуг та їх особливості .</p> <p>Вміти: планувати і впроваджувати продуктові та технологічні інновації в інформаційній галузі</p> <p>Формування компетенцій: ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13.</p> <p>Результати навчання: ПРН 5</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2, 4,5,6-10</p>	Лекція 13	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.
	Лекція 14	14	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 7. Канали та засоби розповсюдження ТК продуктів та послуг.</p> <p>Знати: методи поширення інформаційних продуктів: канали розподілу, торгівля, просування</p> <p>Вміти: організувати просування, рекламу, стимулювання продажу та продаж ІКТ продуктів та послуг.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13.</p> <p>Результати навчання: ПРН 5</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,4,5,6-10</p>	Лекція 15	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 16	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Модульний контроль 3
<p>Тема 8. Принципи планування, стратегія і тактика маркетингу інформаційних продуктів та послуг.</p> <p>Знати: особливості планування маркетингу у сфері інформаційної діяльності та послуг, формування маркетингової стратегії.</p> <p>Вміти: здійснювати планування маркетингу, формування маркетингової стратегії ПП .</p> <p>Формування компетенцій: ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13.</p> <p>Результати навчання: ПРН 5</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,4,5,6-10</p>	Лекція 15	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 16	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Модульний контроль 2 Інноваційна маркетингова політика телекомунікаційних підприємств
<p>Тема 6. Принципи інноваційної політики в маркетинговій діяльності ТК підприємств.</p> <p>Тема 7. Канали та засоби розповсюдження ТК продуктів та послуг.</p> <p>Тема 8. Принципи планування, стратегія і тактика маркетингу інформаційних продуктів та послуг.</p>	Самостійна робота	13-18	<ol style="list-style-type: none"> 1. Життєвий цикл ІКТ продуктів і послуг: маркетингові цілі та заходи на кожному його етапі. 2. Етапи створення нового продукту (ІКТ послуги). 3. Продуктові та технологічні інновації в ІКТ галузі. 4. Особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві ІКТ галузі. 5. Тенденції розвитку світового ринку ІКТ послуг.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Microsoft PowerPoint – візуалізація даних
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1973>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.- http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf
3. Особливості створення інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.lntu.info/book/fb/pesp/2012/12-40/page12.html>.
4. Сучасні види інноваційного маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studme.com.ua/1951110515080/marketing/traditsionnye_sposoby_prodvizheniya_produktsii_internete.html.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1,5 бали
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)	за кожну презентацію максимум 10 балів
• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала	
• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали	
• участь у діловій грі	за кожну участь 3 бали	
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ	Модульний контроль № 1 «Загальна діяльність характеристика інновацій в маркетинговій діяльності»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2 «Інноваційна маркетингова політика телекомунікаційних підприємств»	за кожне правильно виконане завдання – 5

(МОДУЛЬНИЙ КІЛЬОТРОЛЬ)	споживачів»	балів. максимальна оцінка – 15 балів	
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри	
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ залік	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці	
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не представляється
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється

