

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»

<b>Лектор курсу</b>			Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу		<b>Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE</b>		e-mail: lhnatenko.marketer@gmail.com; Посилання в GWE – https://meet.google.com/edu-ctvo-ois	
<b>Галузь знань</b>			07 <i>Управління та адміністрування</i>		<b>Рівень вищої освіти</b>		бакалавр	
<b>Спеціальність</b>			075 Маркетинг		<b>Семестр</b>		--	
<b>Освітня програма</b>			«Маркетинг»		<b>Тип дисципліни</b>		вільного вибору студента	
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	5	150	18	-	36	-	66	

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Дисципліна вільного вибору, рекомендовані для здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр»
Освітні компоненти для яких є базовою	

<b>Мета курсу:</b>	надання студентам знань з історії та сутності інформаційному маркетингу; розуміння сучасних інструментів, методів та каналів інформаційного маркетингу, його сучасних варіацій, етапів та стратегій, ефективності та технологій; формування практичних навичок щодо застосування інструментів, методів, технологій та каналів інформаційного маркетингу у практичній діяльності маркетолога
--------------------	---

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
<b>ЗК 3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. <b>ЗК 4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї. <b>ЗК 8.</b> Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні. <b>ЗК 14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	<b>ПП 3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. <b>ПП 5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. <b>ПП 10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

#### Програмні результати навчання (ПРН)

<b>ПРН 1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. <b>ПРН 12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. <b>ПРН 13.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. <b>ПРН 15.</b> Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості
--

#### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
-----------------	-------------	--------------------	---

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ВСТУП ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

**Тема 1. Особливості інформаційного виробництва. Сутність інформаційного маркетингу**

<p><b>Знати:</b> поняття та структуру інформаційного маркетингу; історію створення та формування популярності інформаційного маркетингу, поняття та цілі інформаційного маркетингу роботу маркетолога у сучасній компанії; основні положення та інструментарій інформаційного маркетингу.</p> <p><b>Вміти:</b> застосовувати сучасні підходи до аналізу інформаційних ресурсів, наводити приклади застосування інформаційного маркетингу, аналізувати ефективний та неефективний підхід до аналізу інформації та підраховувати конверсію по застосованим ресурсам. Розглядати та аналізувати об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 4. ЗК 14. ПП 3.</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1. ПРН 12. ПРН 13. ПРН 15.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 3, 11, 12, 14, 19</p>			
<b>Заняття 1.1. Особливості інформаційного виробництва.</b>	Лекція 1 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 1.2.</b> Сутність інформаційного маркетингу. Цілі та функції інформаційного маркетингу	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, презентації студентів, аналіз інформаційного середовища.. Аналіз впливу інформаційного наповнення різних платформ, перелік функцій інформаційного маркетингу. Обговорення.
<b>Заняття 1.3.</b> Види інформаційного маркетингу. Об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування, визначення цільової аудиторії, особливості створення інформаційного наповнення та аналіз Об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу. Особливості впливу та використання об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу.
<p><b>Тема 2. Маркетингова інформація. Економіко-математичні методи та моделі в маркетингу</b></p> <p><b>Знати:</b> основні інструменти інформаційного маркетингу, методологію інформаційного маркетингу, маркетингові інформаційні системи, основні тренди в моделюванні бізнесу. Особливості застосування та моделі прогнозування купівельного попиту</p> <p><b>Вміти:</b> аналізувати та використовувати різні експертні системи, методи та інструментарій інформаційного маркетингу, аналізувати та імплементувати статистичні методи обробки маркетингової інформації, а також балансові моделі в сучасному маркетингу.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.</p> <p><b>Результати навчання:</b> : ПРН 1, ПРН 12, ПРН 13</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 4, 14, 17, 21, 22, 23</p>			
<b>Заняття 2.1. .</b> Інформація в маркетингу. Типи маркетингової інформації та її джерела. Маркетингове середовище. Моделювання бізнесу .	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Перелік Топ 5 платформ сьогодення, які займаються аналізом інформаційних ресурсів.
<b>Заняття 2.2.</b> Статистичні методи обробки маркетингової інформації Балансові моделі в маркетингу Оптимізаційні моделі в інформаційному маркетингу Методи і моделі управління товарними запасами в маркетингу.	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Аналіз балансових моделей в маркетингу на прикладі конкретних підприємств партнерів кафедри. Розбір відмінностей Статистичних методів обробки маркетингової інформації
<b>Заняття 2.3.</b> Моделі прогнозування купівельного попиту Теорія масового обслуговування в задачах маркетингу Теорія ігор у задачах маркетингу	Практичне заняття 3 2 год.	4 бали	Аналіз моделей прогнозування купівельного попиту, презентації та вирішення практичних завдань щодо масового обслуговування в в маркетинзі. Ділова гра «Інформаційних шум»

<p><b>Заняття 2.4.</b> Моделювання попиту і споживання в інформаційному маркетингу Маркетингові інформаційні системи. Експертні системи і інформаційному маркетингу</p>	<p>Практичне заняття 4 2 год.</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Тренди інформаційного маркетингу 2024-2025 Доповіді з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
<p><b>Тема 3. Методи дослідження маркетингової інформації. Проведення маркетингових досліджень</b> <b>Знати:</b> значення Основні правила і напрями досліджень у маркетингу та в інформаційному просторі. Аналізувати первинну достовірну інформацію. Вміти Організувати вибіркові дослідження та знати тренди інформаційного маркетингу 2024-2025. <b>Вміти:</b> застосовувати методи і засоби вимірювання в маркетингу, здійснювати контроль маркетингових заходів, Обробляти, передавати та використовувати результати досліджень. <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 4, ЗК 8, ЗК 14, ПП 3, ПП 5, ПП 10. <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 15. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19, 20, 21</p>			
<p><b>Заняття 3.1.</b> Основні правила і напрями досліджень у маркетингу Методи і засоби вимірювання в маркетингу Проблеми достовірності первинної інформації Організація вибіркового дослідження</p>	<p>Лекція 4 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів. Текстова, відео та аудіо – наповнення інформаційного простору, аналіз каналів впливу.</p>
<p><b>Заняття 3.2.</b> Планування процесу маркетингових досліджень Визначення потреб в інформації та вибір методів її обробки Обробка, передавання та використання результатів дослідження Контроль маркетингових заходів</p>	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>6 бали</p>	<p>Усне опитування. Кейс-методи від підприємств-партнерів кафедри «ІСВ»? «Компресорс інтернешнл» «Фармаперсонал», «Реал Дорс» Розгляд та тренування Контроль маркетингових заходів.</p>
<p><b>Самостійна робота</b></p>			
<p><b>Тема 1. Особливості інформаційного виробництва</b></p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Особливості інформаційного виробництва. Особливості різних ринків (зробити презентацію): Описати трансформацію Дізнатися про різні канали інформаційного маркетингу. Визначити працюючі та непрацюючі в останні 5 років. Описати трансформацію та антологію інформаційного виробництва на різних ринках.</p>
<p><b>Тема 2. Маркетингова інформація. Економіко-математичні методи та моделі в маркетингу</b></p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Описати методи та канали влучної маркетингової інформації. Задачі на з вик ристанням економіко-математичних методів та моделей в маркетингу. Обґрунтувати засоби та існуючі сучасні інструменти інформаційного маркетингу. Проходження тестів.</p>
<p><b>Тема 3. Методи дослідження маркетингової інформації. Проведення маркетингових досліджень</b></p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Обґрунтувати етапи та методи дослідження маркетингової інформації. Проведення маркетингових досліджень у інформаційному маркетингу.</p>

**МОДУЛЬ 2. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДЯЛЬНІСТЬЮ. СТРАТЕГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ.****Тема 4 Загальна схема планування в інформаційному маркетингу****Знати:** складові стратегії інформаційного маркетингу та функціонування матричної організаційної структури управління маркетингом**Вміти:** вирішувати стратегічні завдання інформаційного маркетингу та досвід зростання підприємств українського та зарубіжного ринків. аналізувати особливості різних стратегій.; розуміти та аналізувати результати роботи підприємств з функціональною структурою, розуміти відмінності між різними структурами маркетингу, використовувати інформацію про продукт для реалізації конструктивної стратегії маркетингу.**Формування компетенцій:** ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.**Результати навчання:** ПРН 12, ПРН 13**Рекомендовані джерела:** 1, 2, 6, 11, 12, 13, 14, 20-23

<b>Заняття 4.1.</b> Системи управління маркетингом Організація служби маркетингу, її структура Функціональна структура	Лекція 5 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<b>Заняття 4.2.</b> Структура, орієнтована на конкретні продукти і послуги Структура, орієнтована на ринок Структура, орієнтована на загальне керівництво Матрична організаційна структура управління маркетингом	Практичне заняття 6 2 год.	6 бали	Усне опитування. Розгляд прикладів з існуючих бізнесів структури, орієнтованої на конкретні продукти і послуги. Матрична організаційна структура управління маркетингом Ділова гра «Метаморфози». Аналіз та зворотній зв'язок від групи. Доповіді від груп.

**Тема 5 Особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку. Вибір стратегії конкуренції залежно від позиції фірми на ринку, на різних стадіях розвитку ринку****Знати:** сутність і види міжособистісних стосунків; критерії міжособистісної сумісності; сутність, типи, стадії протікання конфлікту; причини виникнення конфліктних ситуацій; симптоми і тактики конфлікту, чинники, що впливають на хід конфлікту; шляхи запобігання та вирішення конфліктів.**Вміти:** вирішувати суперечки в групах; проявляти стійкість та готовність до конфліктів в професійних комунікаціях; формувати стратегію поведінки у конфліктних ситуаціях; залагоджувати конфліктні ситуації та запобігати їхньому виникненню**Формування компетенцій:** ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.**Результати навчання:** ; ПРН 1, ПРН 12, ПРН 13**Рекомендовані джерела:** 1-14, 22,23

<b>Заняття 5.1</b> Передумови побудови бізнес-моделей конкурентоспроможності фірми Класифікація конкуренції	Лекція 6 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 5.2.</b> Розрахунок параметрів конкурентоспроможності Вибір конкурентної стратегії Фактори успіху на інформаційному ринку. Параметри конкурентоспроможності	Практичне заняття 7 2 год.	6 бали	Задачі на розрахунок параметрів конкурентоспроможності. Кейсі підприємств на вибір конкурентної стратегії Презентація «Фактори успіху на інформаційному ринку». «Параметри конкурентоспроможності та їх складові» - доповідь

**Тема 6. Ціноутворення на ринку інформаційних послуг****Знати:** Особливості ціноутворення на ринку інформаційних послуг, Джерела інформації для вивчення кон'юнктури ринку, знати та вміти користуватися ШІ та пошуковими системами.

<p>Вміти: оптимізувати процеси та використовувати технології інформаційного маркетингу, аналізувати та враховувати складові ціноутворення на ринку інформаційних ресурсів і послуг, ціноутворення на ринку маркетингових послуг, використовувати та висвітлювати особливості ціноутворення на різних <b>ринках сьогодення</b>.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 3, ЗК 4, ЗК 8, ЗК 14, ПП 3, ПП 5, ПП 10.</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 15.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19</p>			
<p><b>Заняття 6.1.</b> Особливості ціноутворення на ринку інформаційних послуг.</p>	Лекція 7 2 год.		Лекція-візуалізація, аналіз ринкової інформації за параметрами, експрес-опитування студентів
<p><b>Заняття 6.2.</b> Ціноутворення на ринку консалтингових послуг</p>	Лекція 8		Лекція-візуалізація, аналіз ринкової інформації за параметрами, експрес-опитування студентів
<p><b>Заняття 6.3.</b> Джерела інформації для вивчення кон'юнктури ринку. Найвідоміші компанії в інформаційній індустрії України. Перелік пошукових систем 100 найвпливовіших компаній в індустрії</p>	Практичне 8 2 год.		Практична робота студентів, написання презентацій «Джерела інформації для вивчення кон'юнктури ринку» «Найвідоміші компанії в інформаційній індустрії України». «100 найвпливовіших компаній в індустрії» - розгляд однієї з компаній лідерів ринку. Гра «Моя компанія».
<p><b>Тема 7 Ліцензування програмних продуктів</b></p> <p><b>Знати:</b> поняття «ліцензія», знати етапи та складові ліцензування програмних продуктів</p> <p><b>Вміти:</b> аналізувати ліцензійні договори як основну форму продажу ПЗ. Розглядати світові ринки та ліцензійний ринок в Україні.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК3 ЗК 4, ЗК 14</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 12, ПРН 13</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23</p>			
<p><b>Заняття 7.1.</b> Ліцензійний договір як основна форма продажу ПЗ Світовий ринок ліцензування</p>	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p><b>Заняття 7.2</b> Ліцензійний ринок в Україні Складові ПЗ, що підлягають захисту. Кінцевий користувач</p>	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Письмова робота – «Ліцензування», аналіз ліцензійного ринку України та західні практики, аналіз-порівняння по ринках.
<b>Самостійна робота</b>			
<p><b>Тема 4.</b> Загальна схема планування в інформаційному маркетингу</p>	10	2 бали	Описати і обґрунтувати особливості різних загальних схем планування в інформаційному маркетингу Обґрунтувати бар'єри та проаналізувати інформаційний простір для розвитку підприємства з обраної індустрії.
<p><b>Тема 5.</b> Особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку</p>	10	2 бали	Обґрунтувати та проаналізувати особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку 2024р. підрахунку ефективності інформаційного маркетингу та обраної стратегії
<p><b>Тема 6.</b> Ціноутворення на ринку інформаційних послуг</p>	10	2 бали	Обґрунтувати та проаналізувати особливості ціноутворення на ринку інформаційних послуг

Тема 7. Ліцензування програмних продуктів	10	2бали	Описати поняття «ліцензування». Особливості ліцензування програмних продуктів. Ліцензійний договір як основна форма продажу ПЗ Світовий ринок ліцензування. Ліцензійний ринок в Україні (написати презентації з описам досвіду лідерів ринку)
---	----	-------	---

**МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

- Мультимедійний проектор;
- Фліпчарт
- Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.
- Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Беженев В.С., Юдіна Н.В. Система просування українських інновацій на світовому ринку на прикладі застосування платформи AllBiz. Актуальні проблеми економіки та управління : зб. наук. праць молодих учених. 2016.
2. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 262 с. URL : <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
3. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ. URL : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/66893/pdf>
4. Юдіна Н. В. Дилема щирості у стратегічному моделюванні. *Моделювання покоління F: зб. матеріалів міждисциплін. наук.-практ. конф.*, Київ, 05 жовтня 2021 р. URL : <http://futuolog.com.ua/publish/12/zbirnyk.pdf#page=51>
5. Нечитайло С.Д., Юдіна Н.В. Етапи кіномаркетингу. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2016. Вип. 10. URL: [http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/66897/pdf\\_16](http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/66897/pdf_16) .
6. Юдіна Н. В. «Дорожня карта» підприємства у контексті футурології техногенної економіки. Традиції і інновації. *Інновації та фундаментальні науки в умовах техногенної економіки : зб. матеріалів міждисциплінар.наук.-практ. конф.*, Київ, 25 листоп. 2016 р. URL : <http://futuolog.com.ua/publish/2/Zbirnyk.pdf#page=6> .
7. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2019. 224 с.
8. Вишневецький В.П., Вісцька О.В., Гаркушенко О.М., Князев С.І., Лях О.В., Чекіна В.Д., Череватський Д. Ю. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку *Інститут економіки промисловості НАН України* (Київ), 23.03. 2018 . 192.с.
9. Ювал Ной Харарі Людина розумна. Історія людства від минулого до майбутнього. Книжковий клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2021. 544 с.
10. Яремко Л.А., Ващишин А. М. Перехідні економічні системи. *Навч. посібник*. 2020. 368 с.
11. Шевчик Б.М. Сучасні економічні теорії глобальних систем. *Навчальний посібник* 2-ге видання. 2020. 352с.
12. Четверта промислова революція : зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків : монографія / А. І. Крисоватий, О. М. Сохацька, І. В. Скавронська [та ін.]. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2018. 480 с.
13. Горова С. В. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення .НАН України, Нац. б-каУкраїни ім.В. І. Вернадського. Київ, 2017. 467 с.
14. Маркетинг стартап-проектів : *навчальний посібник* / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; за заг. ред. С.О. Солнцева ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>
15. Юдіна Н.В. Міждисциплінарні платформи стартап-проектів. Міждисциплінарні дискусії : *Матеріали науково-теоретичного семінару «Міждисциплінарні дослідження: теоретико-методологічні виміри»*, 5 грудня 2017 р. Київ, КНУ . Інститут міжнародних відносин Навчально-науковий центр «Синтез». 2017. С. 20-24.
16. Юдіна Н.В. Інформаційна сліпота. Липневі наукові читання. Київ, 2018. URL : <http://futuolog.com.ua/publish/11/zbirnyk.pdf#page=50> .
17. Юдіна Н. В. Футурологія інтернет-простору. *Маркетинг послуг*. 2014. Т. 4. С. 264-277.
18. Jerry L. Salvaggio The Information Society: Economic, Social, and Structural Issues (Routledge Communication Series) 1st Edition. Routledge. P. 152.
19. Інформаційний маркетинг: *Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.* Уклад. Л. Ф. Єжова.К.: КНЕУ, 2004. 185 с. URL : <http://ubooks.com.ua/books/00020/inx.php>
20. Mark Schwartz, Eric Martin, et al. War and Peace and IT: Business Leadership, Technology, and Success in the Digital Age. IT Revolution Press. 2019.
21. Stengel R. Information Wars: How We Lost the Global Battle Against Disinformation and What We Can Do About It. Atlantic Monthly Press, 2019. P.
22. Olesia Mehedyuniuk, Natalija V. Yudina. Online Education Platforms as Effective Communication Channels. Actual Problems of Economics and Management. Journal of Management and Marketing Faculty of National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute". № 13 (2019). URL : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/166658/166006> .

23. Юдіна Н.В. Освіта для маркетологів інформаційного суспільства. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: *Тези доповідей XXIV міжнародної науково-практичної конференції*, (18-20 травня 2023 р., Харків) / за ред. проф. Сокола Є.І. ; НТУ «ХП». - Ч.ІІІ. - С.350

#### ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

*Періодичні видання іноземних держав*

1. Market Research Society (US) Сайт - <http://www.marketingresearch.org/>
2. Journal of Consumer Research Сайт - <http://www.ejcr.org/>

*Періодичні видання і сайти України*

3. Українська асоціація маркетингу Сайт - <http://uam.in.ua>
4. Журнал "Маркетинг в Україні" Сайт - <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
5. Журнал "Marketing Media Review" Сайт - <http://mmr.net.ua/>
6. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>
7. Журнал "Маркетинг і реклама" Сайт - <http://www.mr.com.ua/>
8. Журнал "Маркетинг і цифрові технології" Сайт - <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about>
9. Маркетинг Бізнес Сайт - <http://www.marketing.biz.ua/>
10. іМаркетинг - все для інтернет-маркетолога Сайт - <http://imarketing.com.ua/>
11. Рекламаштер Сайт - <http://www.reklamaster.com/>
12. Marketer.ua Сайт <http://www.marketer.ua/>
13. Sostav.ua Сайт - <http://www.sostav.ua/>
14. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>
15. Реклама в Україні <http://reklamonstr.com>
16. Про рекламу <https://www.proreklamu.com/>
17. Маркетинг і реклама в Україні <https://sostav.ua/>
18. [https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia\\_insta\\_kurs%2F&iid=dd05f3c0-cf67-11ee-baa4-9156ad71f1f4&h=f24164d79b81bcfadf718a60d9d00e16](https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia_insta_kurs%2F&iid=dd05f3c0-cf67-11ee-baa4-9156ad71f1f4&h=f24164d79b81bcfadf718a60d9d00e16)
19. [https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia\\_tiktok\\_kurs%2F&iid=d5dd5880-d4e0-11ee-b659-e7404b638a3f&h=37836247b97ed0ef95cb2aef0a897e07](https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia_tiktok_kurs%2F&iid=d5dd5880-d4e0-11ee-b659-e7404b638a3f&h=37836247b97ed0ef95cb2aef0a897e07)

#### 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 здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття 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 здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

#### НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» [chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf)

#### ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
- Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf?2](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2)

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти. Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КИТРОЛЬ</b>	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	44 бали
	• Самостійна робота	16 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ</b>	<i>Залік</i> Залік проходить у письмовій формі.	40 балів
	<b>Додаткова оцінка</b>	<b>Оцінювання</b>
<b>Види навчальної роботи</b>		
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:		
	Тези доповіді на фаховій конференції	3 бали
	Стаття у фаховому виданні	5 балів
	Стаття в іноземному рецензованому виданні	10 балів
<b>Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів</b>		

### ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

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 стосується 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.	<b>Високий</b> 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.	<b>Достатній</b> 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 (B)
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.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
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.	<b>Середній</b> 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.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
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, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формулюються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) 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.	<b>Незадовільний</b> 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