

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ

## « ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА СТАРТАП-ПРОЄКТИ У МАРКЕТИНГУ»

|                                        |                                                                                                               |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лектор курсу                           | Сьомкіна Тетяна Віталіївна , доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу                   |
| Контактна інформація лектора (e-mail), | <a href="mailto:t.somkina@duikt.edu.ua">t.somkina@duikt.edu.ua</a>                                            |
| Сторінка курсу в Google Classroom      | <a href="https://classroom.google.com/c/ODg2Njk1MTA1NDg0">https://classroom.google.com/c/ODg2Njk1MTA1NDg0</a> |

### Дисципліна вільного вибору здобувачів

| Обсяг: | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять: |                     |                   |                     |                       |
|--------|---------------|-------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|
|        |               |       | Лекцій            | Семінарських занять | Практичних занять | Лабораторних занять | Самостійна підготовка |
|        | 5             | 150   | 18                | -                   | 36                | -                   | 96                    |

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

|                    |                                                                                                                                                                                               |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Мета курсу:</b> | формування цілісного уявлення щодо використання та захисту інтелектуальної власності, а також застосування цих знань у створенні, розвитку та просуванні стартап-проектів у сфері маркетингу. |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Знати:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– поняття інтелектуальної власності (ІВ), види (авторське право, патенти, торговельні марки, комерційна таємниця) та їх значення для маркетингу;</li> <li>– роль ІВ у стартапах;</li> <li>– міжнародні та національні правові норми щодо захисту ІВ у цифровому середовищі;</li> <li>– способи монетизації ІВ у маркетингових проєктах, механізми передачі прав, франчайзинг та ліцензування;</li> <li>– захист прав ІВ у digital-маркетингу: правила використання контенту (зображень, текстів, відео, музики) у маркетингових кампаніях</li> <li>– маркетингові стратегії для стартапів;</li> <li>– основні загрози (фінансові, репутаційні, конкурентні) та методи їх хеджування;</li> <li>– ефективні інструменти та канали просування (SEO, контекстна реклама, соцмережі, email-маркетинг, контент-маркетинг).</li> </ul> | <b>Вміти:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– аналізувати та ідентифікувати активи інтелектуальної власності у стартапах і маркетингових проєктах;</li> <li>– розробляти стратегії захисту інтелектуальної власності для маркетингових кампаній;</li> <li>– розробляти маркетингові стратегії для стартапів з урахуванням особливостей ринку та конкурентного середовища;</li> <li>– застосовувати цифрові маркетингові інструменти (Google Ads, SMM, email-маркетинг) для просування стартап-проектів;</li> <li>– розробляти механізми комерціалізації ІВ, включаючи франчайзинг, ліцензування та продаж прав;</li> <li>– оцінювати ризики маркетингових кампаній та впроваджувати стратегії їх хеджування;</li> <li>– дотримуватись правових норм при використанні контенту у digital-маркетингу (фото, відео, текстів, логотипів).</li> </ul> |

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

| Тема, опис теми, оцінювання за тему                                                                                                                                                                                    | Вид заняття                   | Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РОЗДІЛ 1. СТАРТАП-ПРОЄКТИ У МАРКЕТИНГУ                                                                                                                                                                                 |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Тема 1. Сутність та особливості маркетингових стартапів</b>                                                                                                                                                         | Лекція 1<br>2 год.            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Знати:</b> визначення та ключові характеристики маркетингових стартапів, основні етапи розвитку стартапу та їх вплив на маркетингові стратегії, відмінності маркетингових стартапів від традиційних бізнес-моделей. | Практичне заняття 1<br>2 год. | Кейс «Чи є ідея стартапом?». На прикладі двох маркетингових проєктів визначити клієнтську проблему, новизну ціннісної пропозиції, припущення щодо попиту та ознаки масштабованості. Побудувати матрицю порівняння, аргументувати висновок і запропонувати один тест найризикованішої гіпотези. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b><u>Вміти:</u></b> визначати унікальну ціннісну пропозицію (UVP) стартапу, аналізувати ринок та конкурентне середовище для розробки стартапу, застосовувати сучасні маркетингові інструменти для просування стартапу</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>                                                                                                                          | Практичне заняття 2<br>2 год. | Стратегічна сесія «Вибір ринкової ніші». Для власного або запропонованого стартапу зіставити три сегменти за місткістю, доступністю, гостротою проблеми та конкуренцією. Скласти паспорт стартапу (проблема, сегмент, пропозиція, етап розвитку, ключові обмеження) і захистити вибір перед групою.                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Самостійна робота<br>10 год.  | Провести кабінетне дослідження обраного ринку: зібрати щонайменше п'ять релевантних джерел, порівняти три конкурентні рішення, відокремити факти від припущень. Сформувати 5–7 перевірюваних гіпотез і для кожної визначити джерело даних та критерій підтвердження. Результат: аналітична записка 2–3 сторінки, паспорт стартапу й карта гіпотез. |
| <p><b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                               | <p><a href="#">Developing Innovative Ideas for New Companies</a> (Coursera) – допомагає оцінювати ринкові можливості й перевіряти підприємницьку ідею.</p>                                                                                                                                                                                         |
| <p><b><u>Тема 2. Digital-маркетинг у стартапах: ефективні канали просування</u></b></p> <p><b><u>Знати:</u></b> сутність контекстної реклами (Google Ads), особливості просування в соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn),</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> обирати найбільш ефективні канали для стартапу, обирати канали для просування.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p> | Лекція 2<br>2 год.            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Практичне заняття 3<br>2 год. | Аналітичний кейс «Медіамікс раннього стартапу». На підставі профілю цільового сегмента, обмеженого бюджету та шляху клієнта оцінити пошук, соціальні мережі, контент та партнерські канали. Обрати два пріоритетні канали, пояснити відмову від інших і визначити параметри тестової кампанії.                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Практичне заняття 4<br>2 год. | Лабораторна робота «Експеримент у digital-каналі». Скласти план А/В-тесту повідомлень і посадкової сторінки: гіпотеза, показники CTR, конверсії, САС, очікуваний обсяг даних, бюджет і правило ухвалення рішення. За навчальним набором даних обчислити показники й обґрунтувати наступний крок.                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Самостійна робота<br>10 год.  | Провести аудит цифрової присутності двох конкурентів; зіставити їхні пропозиції, контент, канали та механізми конверсії. На цій основі підготувати медіаплан на 4 тижні з бюджетом, KPI, припущеннями та способом збору даних. Результат: таблиця каналів і бюджетів, аналітичний висновок 2–3 сторінки.                                           |
| <p><b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                               | <p><a href="#">Google Ads Skillshop: Measurement</a> – навчає вимірювати результати цифрової реклами і перетворювати метрики на рішення.</p>                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b><u>Тема 3. Розробка маркетингової стратегії для стартапів</u></b></p> <p><b><u>Знати:</u></b> поняття місії та бачення стартапу, аналіз ринку, формулювання конкурентних переваг, вибір каналів просування.</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> проводити оцінку сильних і слабких сторін, можливостей і загроз для стартапу на ринку.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>               | Лекція 3<br>2 год.            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Практичне заняття 5<br>2 год. | Кейс «Сегментація та позиціонування». Побудувати карту конкурентів і обрати первинний сегмент. Запропонувати дві альтернативні ціннісні пропозиції, оцінити їх за значущістю для клієнта, відмінністю від конкурентів та витратами реалізації.                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Практичне заняття 6<br>2 год. | Стратегічний воркшоп «План виходу на ринок». Побудувати SWOT із доказовими аргументами, сформулювати цілі на 6 місяців, запропонувати комплекс каналів і метрик. Провести взаємну експертизу стратегій за критеріями узгодженості цілей, ресурсів і позиціонування.                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Самостійна робота<br>10 год.                                                                                                                                                 | Підготувати проєкт маркетингової стратегії власного стартапу: аналіз попиту й конкурентів, два сценарії позиціонування, вибір цільового сегмента, обґрунтування ціни та каналів, 3–5 вимірюваних цілей. Результат: стратегічна записка 3–4 сторінки з таблицею припущень і джерел. |
| Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <a href="#">Marketing Strategy for Entrepreneurs</a> (Coursera) – пов’язує дослідження ринку, позиціонування і маркетингові рішення підприємця.                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Тема 4. Маркетингові ризики у стартапах та методи їх хеджування</b><br><b>Знати:</b> сутність та особливості ризиків репутаційного характеру, фінансових ризиків, ризиків з боку конкурентів і клієнтів, особливості стратегії диверсифікації маркетингових каналів,<br><b>Вміти:</b> оцінювати ризики, з якими стикаються стартапи у маркетингових кампаніях, розробляти стратегії для мінімізації маркетингових ризиків.<br><br><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-10<br><br>Оцінювання за тему = 10 балів | Лекція 4<br>2 год                                                                                                                                                            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Практичне заняття 7<br>2 год.                                                                                                                                                | Ситуаційний аналіз «Провал рекламної кампанії». Ідентифікувати репутаційні, фінансові, каналові й конкурентні ризики; визначити причини, ранні сигнали та можливі наслідки. Побудувати матрицю ймовірності та впливу, виокремити три критичні ризики.                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Практичне заняття 8<br>2 год.                                                                                                                                                | Симуляція антикризового рішення. За альтернативними сценаріями зниження конверсії, зростання САС і негативних відгуків запропонувати пороги реагування, резерв бюджету, відповідальних осіб і коротке повідомлення клієнтам. Порівняти витрати та ефект рішень.                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Самостійна робота<br>10 год.                                                                                                                                                 | Скласти реєстр щонайменше восьми ризиків для власного стартапу, оцінити ймовірність і вплив за єдиною шкалою, визначити заходи запобігання та реагування, KPI моніторингу і власника кожного ризику. Результат: матриця ризиків і план реагування 2–3 сторінки.                    |
| Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <a href="#">Strategic Digital Marketing: Data-Driven Digital Marketing</a> (Coursera) – охоплює аналітичні рішення, етику та оцінювання результативності digital-маркетингу. |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| РОЗДІЛ 2. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОСНОВА БІЗНЕС-МОДЕЛІ СТАРТАПУ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Тема 5. Інтелектуальна власність як стратегічний актив стартапу</b><br><b>Знати:</b> сутність патентів, торгових марок, авторських прав та інші форми ІВ.<br><b>Вміти:</b> оцінювати важливість захисту інтелектуальної власності для стартапу, розробляти стратегії для управління інтелектуальними активами.<br><br><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-10<br><br>Оцінювання за тему = 15 балів                                                                                                             | Лекція 5<br>2 год                                                                                                                                                            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Практичне заняття 9<br>год.                                                                                                                                                  | Аудит активів стартапу. Ідентифікувати назву, логотип, інтерфейс, код, бази даних, тексти, технологічне рішення й конфіденційну інформацію. Для кожного активу визначити можливого правовласника, спосіб охорони, докази створення та ризики використання.                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Практичне заняття 10<br>2 год.                                                                                                                                               | Кейс «Конфлікт прав засновників і підрядника». Проаналізувати сценарій створення бренду й сайту за участі зовнішніх виконавців. Побудувати таблицю прав, документів, прогалин та пріоритетних дій; запропонувати стратегію охорони активів з урахуванням ресурсів стартапу.        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Самостійна робота<br>10 год.                                                                                                                                                 | Провести повний первинний аудит інтелектуальних активів власного стартапу: актив, походження, правовласник, комерційна роль, спосіб охорони, терміновість дій, потенційний конфлікт. Обґрунтувати три пріоритети охорони. Результат: реєстр активів та аналітичний висновок.       |
| Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <a href="#">WIPO Academy: Intellectual Property Management DL-450</a> – поглиблює навички ідентифікації, оцінювання та управління активами ІВ.                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Тема 6. Інтелектуальна власність у digital-маркетингу</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Лекція 6<br>2 год                                                                                                                                                            | Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b><u>Знати:</u></b> важливість захисту контенту (вебсайтів, соціальних медіа акаунтів, програмного забезпечення), як працюють авторські права на текст, зображення, відео, і як уникати порушень.</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> визначати, як інтелектуальна власність інтегрується у digital-маркетинг, захищати цифрові активи стартапу в онлайновому середовищі.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 15 балів</b></p> | Практичне заняття 11 год. | Контент-аудит кампанії. Проаналізувати десять елементів навчальної рекламної кампанії: текст, фото, відео, музику, дизайн, програмні компоненти. Для кожного вказати джерело, правову підставу використання, документальне підтвердження та ризик.                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Практичне заняття 12 год. | Кейс «Претензія щодо зображення в рекламі». Порівняти варіанти реагування: вилучення, заміна, отримання дозволу, переговори. Підготувати рішення для маркетингової команди і процедуру перевірки контенту до публікації.                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Самостійна робота 12 год. | Розробити для власного стартапу реєстр цифрових матеріалів і чек-лист запуску кампанії: права на контент, договори з авторами та агенціями, умови стокових ліцензій, дозволи на бренд і матеріали партнерів. Результат: політика контенту на 2–3 сторінки з таблицею доказів прав. |
| <b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                           | <a href="#">WIPO Academy: Copyright and Related Rights DL-201</a> – пояснює охорону творчого контенту, що використовується у цифрових кампаніях.                                                                                                                                   |
| <p><b><u>Тема 7. Ліцензування інтелектуальної власності у стартапах</u></b></p> <p><b><u>Знати:</u></b> сутність процесу ліцензування інтелектуальної власності, процес укладання ліцензійних угод</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> визначати процеси ліцензування інтелектуальної власності для стартапів, розуміти механізми укладання ліцензійних угод.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>                 | Лекція 7 2 год            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Практичне заняття 13 год. | Порівняльна модель монетизації. Для обраного активу стартапу порівняти самостійне використання, невиключну ліцензію та партнерство за прогностичним доходом, витратами контролю, територією й ризиками. Зафіксувати вихідні припущення.                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Практичне заняття 14 год. | Переговорний кейс «Ліцензія на бренд або технологію». Підготувати узгоджувальну таблицю: об'єкт, обсяг прав, строк, територія, винагорода, контроль якості, звітність, припинення. Провести переговори в ролях і аргументувати компроміс.                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Самостійна робота 12 год. | Підготувати короткий терміт ліцензійної угоди для активу свого стартапу та розрахунок двох схем винагороди (фіксований платіж і роялті) за двох сценаріїв продажу. Результат: порівняльна таблиця, розрахунки й обґрунтування вибору 2–3 сторінки.                                 |
| <b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                           | <a href="#">WIPO Academy: Intellectual Property Management DL-450</a> – розглядає оцінювання, комерціалізацію й управління портфелем ІВ.                                                                                                                                           |
| <p><b><u>Тема 8. Захист прав споживачів та етичні аспекти інтелектуальної власності</u></b></p> <p><b><u>Знати:</u></b> основи та процес захисту прав споживачів, етичні питання у використанні ІВ.</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> оцінювати етичні аспекти захисту прав споживачів у контексті інтелектуальної власності, аналізувати та запобігати порушенням прав споживачів.</p>                                                                                      | Лекція 8 2 год            | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Практичне заняття 15 год. | Етичний аудит рекламного повідомлення. Виявити маніпулятивні формулювання, непідтверджені обіцянки, приховані умови, ризики для споживача та використання чужого бренду чи контенту. Запропонувати редакцію повідомлення з поясненням змін.                                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Практичне заняття 16 год.   | Кейс «Скарга клієнта і претензія правовласника». Розподілити ролі маркетолога, керівника стартапу, клієнта та автора контенту; сформувати послідовність дій і критерії публічного реагування. Оцінити вплив рішення на довіру й репутацію.                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Самостійна робота 12 год.   | Підготувати політику відповідального маркетингу для стартапу: перевірка рекламних тверджень, порядок погодження контенту, прозоре інформування споживача, реагування на скарги і претензії щодо ІВ. Результат: процедурний документ 2–3 сторінки з чек-листом контролю. Рекомендований онлайн-курс: |
| <p><b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             | <p><a href="#">Strategic Digital Marketing: Data-Driven Digital Marketing</a> – містить модуль з етики, приватності та відповідального маркетингу.</p>                                                                                                                                              |
| <p><b><u>Тема 9. Міжнародні стратегії захисту інтелектуальної власності у маркетингу</u></b></p> <p><b><u>Знати:</u></b> міжнародні механізми захисту ІВ, процес міжнародної угоди, як розвивати стратегії для глобальних ринків</p> <p><b><u>Вміти:</u></b> розробляти міжнародні правові механізми захисту інтелектуальної власності, розробляти стратегії для захисту інтелектуальної власності на міжнародному рівні.</p> <p><b><u>Рекомендовані джерела:</u></b> 1-10</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Лекція 9 2 год              | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практичне заняття 17 год.   | Порівняння ринків виходу. Для двох обраних країн проаналізувати маркетинговий потенціал, мовну й культурну адаптацію бренду, конкурентів та ризики ІВ. За встановленими вагами побудувати матрицю вибору пріоритетного ринку.                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Практичне заняття 18 2 год. | Сценарій захисту бренду за кордоном. Визначити активи, що потребують територіальної охорони, порядок перевірки позначення, можливі маршрути подання та ключові витрати. Захистити поетапний план масштабування перед групою.                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Самостійна робота 10 год.   | Підготувати для власного стартапу карту міжнародного виходу: країна, продукт, канали просування, локалізація, активи ІВ, дії з охорони та обмеження бюджету. Результат: аналітичний меморандум 3–4 сторінки і дорожня карта на 12 місяців. Рекомендований онлайн-курс:                              |
| <p><b>Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             | <p><a href="#">WIPO Academy: Madrid System DL-303</a> – допомагає опрацювати міжнародну реєстрацію торговельних марок для виходу на нові ринки.</p>                                                                                                                                                 |
| <p align="center"><b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. 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 Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p align="center"><b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>Гобела В. Менеджмент стартапів: навчальний посібник / Володимир Гобела, Галина Леськів. - Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. - 188 с. <a href="https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/8616">https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/8616</a></li> <li>Старчук О. В. П 68 Право інтелектуальної власності: практикум. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 63 с <a href="https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b208ab06-5d4a-452a-99c2-8eb8d5904efa/content">https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b208ab06-5d4a-452a-99c2-8eb8d5904efa/content</a></li> <li>Ю. А. Даниленко, О. Я. Юрчишин. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ. Практичні аспекти / Посібник під ред. Б.В. Гриньова – Харків: Вид-во «ІСМА», 2023. – 188 С. <a href="https://functmaterials.org.ua/contents/book/Dan-Yurch-book-2023.pdf">https://functmaterials.org.ua/contents/book/Dan-Yurch-book-2023.pdf</a></li> </ol> |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

4. Харитонova О. І., Ульянова Г. О., Мазуренко С. В., Кирилюк А. В., Бааджи Н. П., Галупова Л. І., Мартинюк І. В. Права інтелектуальної власності та їх захист : навч.-метод. посіб. для здобувачів вищої освіти галузі знань 08 «Право» спец. [Електронне видання] ; НУ «ОЮА». – Одеса, 2024. 121 с. URL: <https://hdl.handle.net/11300/27459>
5. Менеджмент стартап-проектів: Навчальний наочний посібник: навч. посіб. для студ. спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с.
6. StartUp проекти та їх оцінювання (StartUp projects and their evaluation): конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, Укладач: д.т.н., доц. Поліщук В.В. Ужгород: 2023. 70 с.
7. Розробка стартап-проектів: практикум: навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 «Автоматизація та комп'ютерноінтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с.
8. Попова Л.М. Інтелектуальна власність. Підручник. Л.М. Попова., А.В. Хромов, І.В. Шуба: Харків, «Федорко», 2021, с. 262.
9. Верба І.І. Основи інтелектуальної власності: навчальний посібник/ І.І.Верба, В.О.Коваль; за ред. С.В. Чікін. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: НТУУ «КПІ», 2023. 262 с.
10. Капінос М. М. Інтелектуальна власність: підручник. М. М. Капінос, Е. Т. Лерантович, М. М. Солощук/ Харків: «Друкарня Мадрид», 2016. – 396 с.

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

### Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
  - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
  - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувався ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: «Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»).
  - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ
  - Пряме подання згенерованого ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).

- Заборонено завантажувати в публічні моделі ІІІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
  - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ІІІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
- Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ІІІ у закладах вищої освіти](#).

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМІП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

| Форми контролю / Види навчальної роботи                              | Оцінювання                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:</b>                                            |                                                                                                                                                                                           |
| <i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>                                    |                                                                                                                                                                                           |
| участь у експрес-опитуванні                                          | за кожну правильну відповідь - 0,5 бали                                                                                                                                                   |
| доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи              | за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді) |
| усне опитування, тестування                                          | за кожну правильну відповідь – 0,2 бали                                                                                                                                                   |
| участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії      | за кожну участь - 0,5 бали                                                                                                                                                                |
| <b>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</b> |                                                                                                                                                                                           |
| <i>Участь у вебінарах, тренінгах</i>                                 | за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали                                                                                                                    |
| <i>Тези доповіді за участю у конференції</i>                         | за кожні тези, які опубліковані - 3 бали                                                                                                                                                  |
| <i>Стаття у виданні в Україні</i>                                    | за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів                                                                                                                                               |
| <i>Стаття у іноземному виданні</i>                                   | за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів                                                                                                                                               |
| <b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік</b>                 | Згідно критеріїв оцінювання                                                                                                                                                               |

### 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 силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано 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 силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань | Високий<br>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі 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 /<br>Зараховано (А)              |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                 |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 82-89 | Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу 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<br>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни            | Добре /<br>Зараховано (B)                                                                                       |
| 75-81 | Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу 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<br>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни.<br>Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення. | Добре /<br>Зараховано (C)                                                                                       |
| 67-74 | Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом 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<br>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни                                                                                                             | Задовільно /<br>Зараховано (D)                                                                                  |
| 60-66 | Студент має певні знання, передбачені в силабусі 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<br>Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни                                                                                                                              | Задовільно /<br>Зараховано (E)                                                                                  |
| 35-59 | Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.<br>Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими.<br>Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Низький<br>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни                                                                                                           | Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не проставляється</i> |
| 0-34  | Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни.<br>Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.<br>Студент не допущений до здачі заліку                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Незадовільний<br>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни                                                                                   | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не проставляється</i>   |