



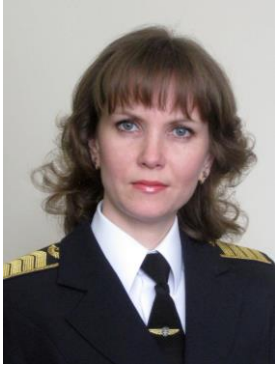
СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ПРОГРАМНОГО ПРОДУКТУ
ТА ПОСЛУГ»



Спеціальність: **075 «Маркетинг»**

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредитів / 90 годин
Мова викладання (українська, англійська)	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Принципи, форми та методи організації маркетингу щодо просування програмних продуктів та послуг, а також технології ефективного використання сучасних інформаційних і комунікаційних інструментів, передових технологій та інструментів електронної комерції з метою підвищення ефективності роботи підприємства.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на одержання студентами знань ефективного використання сучасних комунікаційних інструментів маркетингу та електронної комерції щодо просування програмних продуктів та послуг, забезпечення їх якості та підтримки конкурентоспроможності на необхідному рівні, створення концепції програмних продуктів та послуг ринкової новизни для забезпечення результативної та ефективної діяльності підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> – вміння визначати цільовий ринок та сегмент ринку із застосуванням різних методик його вибору, вдосконалювати асортиментну політику підприємства, вирішувати конкретні маркетингові завдання щодо підтримки конкурентоспроможності програмних продуктів та послуг підприємства на необхідному рівні та формувати стратегію діяльності підприємства; – обґрунтовувати вибір ефективних маркетингових каналів для просування програмних продуктів та послуг; – вміння використовувати засоби нових інформаційних технологій, програмного забезпечення та загальних підходів при організації бізнесу в Інтернет; – використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення просування програмних продуктів та послуг та забезпечення маркетингової діяльності підприємства; – вміння аналізувати конкурентів і визначати цільових споживачів програмних продуктів та послуг, розробляти для них програми лояльності.

Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Знання принципів, форм та методів організації маркетингу щодо просування програмних продуктів та послуг, а також технологій ефективного використання сучасних інформаційних і комунікаційних інструментів, передових технологій та інструментів електронної комерції дозволять обґрунтовувати маркетингові управлінські рішення, формувати альтернативні варіанти вирішення маркетингових проблем, а також підвищити ефективність маркетингової діяльності підприємства.
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни: Сутність, види та особливості програмних продуктів та послуг. Ринок програмних продуктів та послуг. Сутність, зміст та принципи маркетингу програмних продуктів та послуг. Цінова політика, забезпечення якості та оцінка конкурентоспроможності програмних продуктів та послуг. Маркетингові дослідження ринку, вибір цільових сегментів. Планування та розробка нових продуктів. Формування маркетингової стратегії підприємства.</p> <p>Види занять: лекції, практичні, самостійна робота</p> <p>Методи навчання: словесні, наочні, практичні; групова дискусія; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення).</p> <p>Форми навчання: очна (offline, online), заочна</p>
Пререквізити	Базується на знаннях таких дисциплін, як: «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Product marketing», «Інтернет-торгівля», «Управління маркетингом на електронному ринку»
Пореквізити	Є додатковою базою для вивчення таких дисциплін як: «Управління Інтернет-проектом», «Маркетинг соціальних мереж (SMM)», «Комунікації в інтернеті», «Інноваційний маркетинг»
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література: Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / МОН України, Одеський державний економічний університет. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 184 с. 2. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія / МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. Київ: КНТЕУ, 2014. 332 с. 3. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція): навчальний посібник / МОН. Київ: Кондор, 2008. 302 с. <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії теоретичного навчання, комп'ютерний клас кафедри маркетингу, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	маркетингу
Факультет	економіки та бізнес-адміністрування

Викладач	 <p>ШЕВЧЕНКО АННА ВАЛЕРІЇВНА</p> <p>Посада: доцент кафедри маркетингу Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/158-shevchenko-anna-valerijivna</p> <p>Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: anna.shevchenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.203</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	