





**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг ІТ-продукту»
Освітньо-наукової програми «Маркетинг»**

**Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»**

Рівень вищої освіти (перший (бакалаврський), другий (магістерський))	Третій рівень вищої освіти (доктор філософії)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна (вибіркового) компонента ОНП
Курс	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	5,0 кредитів / 150 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Під час навчання з цього курсу студенти познайомляться з різними напрямками просування ІТ-продуктів, отримають розуміння щодо використання інструментів digital-маркетингу, а також познайомляться з напрямками PR та SMM у продукті, партнерствах з іншими брендами, співпрацею з лідерами думок, ASO та SEO.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Сучасний стрімкий розвиток світових економік вимагає компетентностей формування умінь та навичок щодо специфіки розроблення та управління Інтернет проектами у сфері маркетингу, починаючи із виникнення ідеї і закінчуючи проектом, готовим до комерціалізації з урахуванням особливостей цільової аудиторії.
Чому можна навчитися (результати навчання)	РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. РН8. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та /або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи. РН10. Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.

	<p>СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси, економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.</p> <p>СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.</p> <p>СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень.</p> <p>СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.</p> <p>СК11. Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.</p> <p>СК12. Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку</p>
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни:</p> <p>Тема 1. Інтро в продуктове ІТ.</p> <p>Тема 2. Поведінка користувачів.</p> <p>Тема 3. Маркетинг ІТ-продуктів, Аналіз ринку. GTM-стратегія. Marketing Compliance.</p> <p>Тема 4. Performance Marketing.</p> <p>Тема 5. Brand Marketing.</p> <p>Тема 6. Product Marketing.</p> <p>Тема 7. Аналітика в маркетингу ІТ-продуктів.</p> <p>Тема 8. Робота з маркетинговими воронками.</p> <p>Тема 9. Маркетинг та продуктова команда.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття.</p> <p>Методи навчання: робота в малих групах, презентації, кейс-метод, проходження віртуального стажування на платформі Strum, методи дистанційного навчання: Google classroom</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p>
Пререквізити	Філософія науки, Глобальний маркетинг, Інтелектуальний аналіз даних в маркетингу
Пореквізити	Написання дисертаційної роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Навчальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kosova, T., Smerichevskiy, S., Kostyrko, L., Kostyrko, R., Radchenko, H., & Bondarenko, O. (2021). Financial and integrated reporting of Ukraine energy holdings in the categories of sustainable development and marketing innovations. <i>Academy of Accounting and Financial Studies Journal</i>, 25(S5), 1-16. Hrynko, P., Grinko, A., Shtal, T., Radchenko, H., & Pokolodna, M. (2021). Formation of an innovative business model of a trade organization in the context of economic globalization. <i>Scientific Horizons</i>, 24(6), 92-98. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. Optimizely: веб-сайт. URL: https://www.optimizely.com/optimization-glossary/account-based-marketing

	<p>5. Разумов Д. Що таке пошуковий маркетинг (SEM) Aboutmarketing: веб-сайт. URL: https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/shcho-take-poshukovyyu-marketynh-sem</p> <p>6. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 44 с.</p> <p>7. Необхідні критерії оцінки сайта. URL: http://www.svoysite.info/sozдание/kriterii-dostupnosti-i-udobstvasajta.html.</p> <p>8. Радченко Г.А. Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу // Проблеми системного підходу: зб. наук. праць.К.: НАУ, 2019. Випуск 2 (70)/2019 (Част. 1). С. 144-149</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	<p>2 корпус, аудиторії теоретичного навчання (2.205, 2.201 та ін.) Навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу Обладнання: мультимедійне обладнання, комп'ютери з доступом до Інтернету Технології дистанційного навчання: платформи Google Classroom Google Meet</p>
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(и)	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex-grow: 1;"> <p>РАДЧЕНКО ГАННА АНАТОЛІЇВНА</p> <p>Посада: доцент</p> <p>Науковий ступінь: кандидат економічних наук</p> <p>Вчене звання: доцент</p> <p>Профайл викладача: https://cutt.ly/JvFSpjI (Google scholar)</p> <p>Тел.: +380509530296</p> <p>E-mail: hanna.radchenko@npp.nau.edu.ua</p> <p>Робоче місце: 2.203 Тел.: 380(44) 406 77 43</p> <p>Робоче місце: 2.203</p> </div>  </div>
Оригінальність навчальної дисципліни	<p>Дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця з маркетингу, функції яких пов'язані з розробленням стратегії і тактики управління Інтернет-проектом на засадах маркетингових технологій, яка повинна відповідати потребам розвитку організації</p>