




Силабус навчальної дисципліни  
«Маркетинг в ІТ дизайні»

Освітньо-професійна програма: ІТ дизайн  
Спеціальність: 022 Дизайн  
Галузь знань: 02 Мистецтво

<b>Рівень вищої</b>	
<b>Статус дисципліни</b>	Професійно-орієнтована навчальна дисципліна циклу вільного вибору студента
<b>Курс</b>	2 (другий)
<b>Семестр</b>	3 (третій)
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин</b>	4\120
<b>Мова</b>	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують фахівця маркетингу в ІТ дизайні. Вона базується на отриманих раніше знаннях з багатьох дисциплін і є синтезуючою дисципліною. Предмет вивчення навчальної дисципліни – це комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб конкретних споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства-експортера, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових програм.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Мета: дослідження функцій маркетингу та послідовності маркетингових заходів, які дозволяють досягти відповідного ефекту. Вивчення основних напрямів маркетингу в ІТ-Дизайні, надати змогу розкрити свій творчий потенціал і проявити себе в професійному сенсі.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: <ul style="list-style-type: none"> <li>- основні терміни та їх значення в межах дисципліни „Маркетинг в ІТ дизайні”;</li> <li>- сутність, ознаки, функції та принципи маркетингу в ІТ дизайні;</li> <li>- особливості використання прийомів і методів маркетингу в ІТ дизайні;</li> <li>- особливості роботи з замовниками;</li> <li>- управління маркетингом включаючи такі складові: планування маркетингової діяльності; організація маркетингової діяльності; інформаційне забезпечення; контроль маркетингової діяльності.</li> <li>- сучасні вимоги щодо формування підприємництва в дизайні;</li> <li>- проведення маркетингових досліджень для зниження невизначеності та ризику і прийняття обґрунтованих маркетингових рішень.</li> </ul>

<p><b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями</b></p>	<p>Набутими знаннями та уміннями студент зможе користуватися, як для продовження навчання, так і в самостійній професійній діяльності, набувши таких компетентностей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- алгоритмів застосування основних функцій маркетингу в ІТдизайні</li> <li>- проектування організаційної структури маркетингу в ІТ дизайні;</li> <li>- пошуку раціональних варіантів мотивування працівників організації;</li> <li>- використання всієї множини інструментів контролю;</li> <li>- вибору доцільних підходів до планування власної діяльності та організації загалом;</li> <li>- визначення симптомів, факторів та причин організаційних та функціональних проблем діяльності організації;</li> <li>- управління групами та командами в організації;</li> <li>- розвитку лідерських якостей;</li> <li>- підготовки та реалізації управлінських рішень;</li> <li>- розробки підходів для підвищення ефективності маркетингу в ІТ дизайні та покращення її суспільного іміджу</li> </ul>
<p><b>Навчальна логістика</b></p>	<p><b>Зміст дисципліни:</b>  <b>Модуль №1 «Сутність маркетингу в ІТ дизайні»</b></p> <p>1. Вступ. Суть і зміст понять. Виникнення та еволюція поняття “маркетинг”  Методи дисципліни. Предмет і метод “основ маркетингу в ІТ дизайні”  Різновиди маркетингу</p> <p>2. Загальна характеристика маркетингу. Методологічна база “маркетингу в ІТ дизайні”  Цілі та завдання маркетингу. Види маркетингу.</p> <p>3. Історія маркетингу.</p> <p>4. Сутність, ознаки, функції та принципи маркетингу в ІТ дизайні  Основні функції маркетингу та комплексна характеристика його сучасної сутності.</p> <p>5. Маркетингова стратегія. Методи маркетингу:  Аналітичний метод. Метод опитувань  Спостереження. Планування та прогнози  А/В-тестування. PR та рекламні методи. Особисті продажі. Консультації.  Програми лояльності</p> <p>6. Процес управління маркетингом. Схеми в маркетингу «4P» - це популярна схема, завдання якої – допомогти фахівцю розробити маркетингову програму, вказуючи на чотири найважливіші області, які обов’язково необхідно охопити: product; price; promotion; place.  Перша область (product) включає в себе все, що можна запропонувати на ринку для того, щоб привернути увагу клієнта. Все що можливо купити, використовувати або спожити, для задоволення потреб (фізичний об’єкт, послуга, ідея).  Друга область (price) – це сума грошей, яку клієнт готовий обміняти на можливість володіти або використовувати пропозицію (продукцію, послугу).  Третя область (promotion) – це дії, які інформують клієнта про продукцію або послугу.  Четверта область (place) – це всі дії, які робить підприємство для доступності продукції.</p> <p>7. Застосування різних інструментів:  SEO-оптимізацію – комплекс дій по розкрутці сайту, пошукова оптимізація;</p>

	<p>Контекстну рекламу – оголошення показується відповідно до змісту;          Просування в соціальних мережах;          Банерну рекламу та інші.</p> <p>8. Роль маркетингу в роботі компанії. Маркетингова цінова політика          Сутність, принципи цінової політики. Види цін. Методологія          ціноутворення Чинники, що впливають на цінову політику. Цінові          стратегії та їхня характеристика. Методи ціноутворення  <b>Види занять:</b> лекції, лабораторні роботи, домашні завдання  <b>Методи навчання:</b> комплексні.  <b>Форми навчання:</b> очна, дистанційна.</p>
<b>Пререквізити</b>	<p>Загально-теоретичні та фахові знання отримані під час вивчення          дисциплін «Дизайн інтер'єру», «Проектування», «Синтез мистецтв»,          «Історія мистецтв», «Теорія і концепція дизайну», «Основи естетики          архітектури та дизайну», «Основи дизайну» використання спеціалізованих          комп'ютерних комплексів для створення презентацій дизайн-проектів на          основі сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій.</p>
<b>Пореквізити</b>	<p>Знання основ підприємництва в дизайн-діяльності необхідне у роботі          дизайнера: як інструмент виконання практичних завдань з інших          дисциплін, у дипломному проектуванні та практичній діяльності          дизайнера.          Знання з теорії розвитку можуть бути використані під час написання          магістерської роботи</p>
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p>1. <a href="https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/33695">https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/33695</a>  <b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів :Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. енеджмент: [навчальний посібник] / В. А. Василенко, В. І. Шостка. – К.: ЦУЛ, 2003. – 285 с.</li> <li>Березюк В. О. Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернетсередовищі: класифікація та специфіка використання. Ефективна економіка. 2021. № 4. URL: <a href="http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/204.pdf">http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/204.pdf</a>.</li> <li>Білик І. І., Подарин В. Р. Pinterest як ефективний інструмент просування неприбуткових організацій в умовах тенденції маркетингу у соціальних медіа. Інфраструктура ринку. 2021. Вип. 52. С. 71–76. URL: <a href="http://www.marketinfr.od.ua/journals/2021/52_2021/14.pdf">http://www.marketinfr.od.ua/journals/2021/52_2021/14.pdf</a>.</li> <li>Близнюк В. М. Метрики в цифровому маркетингу підприємств торгівлі. Маркетинг і цифрові технології. 2021. Т. 5. № 2. С. 36–47. URL: <a href="http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt/article/view/138/123">http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt/article/view/138/123</a>.</li> <li>Братко О. С., Саламон І. Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. Ефективна економіка. 2022. № 5. URL: <a href="http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2022/82.pdf">http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2022/82.pdf</a>.</li> <li>Виговський В. Г., Виговська О. А., Завалій Т. О., Пащенко О. П., Ткачук Г. Ю. Застосування інструментів інтернет-маркетингу для прийняття управлінських рішень логістичними підприємствами. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 4(102). С. 35–</li> </ol>

	<p>40. URL: <a href="http://ema.ztu.edu.ua/article/view/272258">http://ema.ztu.edu.ua/article/view/272258</a>.</p> <p>7. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Дарчук В. Г. Можливості месенджермаркетингу для просування товарів та послуг в Інтернеті. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1. С. 11–20.</p> <p>8. Виноградова О. В., Писар Н. Б., Дрокіна Н. І., Литвинова О. В., Совершенна І. О. Використання інструментів цифрового просування товарів як основних засобів маркетингових комунікацій за принципами сталого розвитку. Ефективна економіка. 2021. № 8. URL: <a href="http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/6.pdf">http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/6.pdf</a>.</p>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>За джерелом інформації: • Словесні: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда. • Наочні: ілюстрація, демонстрація. 2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні. 3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі. 4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача;</p>
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	<p>3 семестр – залік Виконання практичних завдань на ПК.</p>
<b>Кафедра</b>	Комп'ютерних технологій дизайну і графіки
<b>Факультет</b>	Наземних споруд і аеродромів
<b>Викладач(і)</b>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div> <p><b>Колосова Наталія Анатоліївна</b>  <b>Посада: доцент</b>  <b>Науковий ступінь: канд. іст. наук</b>  <b>Вчене звання: доцент</b>  <b>Тел.: (068)5977331</b>  <b>E-mail: Natalia.kolosova@yahoo.com</b></p> </div> </div>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	Google Classroom: <a href="https://classroom.google.com/u/0/c/MTQ2NTg1OTQxNzMy">https://classroom.google.com/u/0/c/MTQ2NTg1OTQxNzMy</a>

Гарант освітньої програми

Л.Р.Гнатюк

Розробник

Н.А. Колосова