



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГІЙ»



<b>Галузь знань</b>		07 «Управління і адміністрування»	<b>Освітній рівень</b>		бакалавр			
<b>Спеціальність</b>		075 «Маркетинг»	<b>Семестр</b>		8			
<b>Освітньо-професійна програма</b>		«Маркетинг»	<b>Тип дисципліни</b>		Вільного вибору циклу професійної підготовки			
<b>Факультет</b>		Економіки і менеджменту	<b>Кафедра</b>		Менеджмент			
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	4	120	26	-	26	-	68	<b>Залік</b>
<b>ВИКЛАДАЧ</b>								
Шашко Вікторія Олександрівна, <a href="mailto:shashko_vika@ukr.net">shashko_vika@ukr.net</a>								
		<p>Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА. Досвід роботи - більше 25 років. Автор понад 70 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 7 монографій з актуальних проблем економіки та управління. Провідний лектор з дисциплін: «Операційний менеджмент», «Теорія організацій», «Менеджмент промислового підприємства», «Організація підприємницької діяльності», «Організація виробництва», «Project Management», «Маркетингова політика розподілу»</p>						
<b>АНОТАЦІЯ КУРСУ</b>								
<b>Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі</b>								
Освітні компоненти, які передують вивченню		«Новітні інформаційні технології», «Маркетинг», «Фінанси», «Аналіз ринкової кон'юнктури»						
Освітні компоненти для яких є базовою		Кваліфікаційна робота бакалавра						

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми	
Soft- skills / Загальні компетентності	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p><b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>	<p><b>СК1.</b> Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу</p> <p><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p><b>СК12.</b> Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p>
Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – Р)	
<p><b>Р3.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><b>Р8.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p><b>Р11.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта</p>	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
<b>Анотація</b>	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є вивчення заходів та інструментів, спрямованих на створення, тестування і просування інноваційних технологій, товарів та послуг.</p> <p>Навчальна дисципліна «Маркетинг технологій» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».</p>
<b>Мета</b>	ознайомлення студентів з методологією проектного аналізу, технологією, методами і інструментами його здійснення, а також сформувати у студентів навички здійснення аналізу проектів
<b>Формат</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –залік (очний, дистанційний формат).
<b>«Правила гри»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> </ul> <p><b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> <li>• Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.</li> <li>• За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.</li> </ul> <p><b>Політика академічної доброчесності</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</li> </ul>

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

<b>Лекція 1</b>	Тема 1. Поняття і класифікація технологій	<b>Практичне заняття 1</b>	<i>Заняття 1</i> (семінар). Поняття і класифікація технологій	<b>Самостійна робота</b>	<p>Які основні концепції маркетингу технологій?</p> <p>Які технологічні тренди впливають на маркетинг сьогодні?</p> <p>Які інструменти технологій використовуються для аналізу ринку?</p> <p>Як технології впливають на розвиток цифрового маркетингу?</p> <p>Які методи використовуються для збільшення ефективності маркетингових кампаній за допомогою технологій?</p> <p>Як впровадження штучного інтелекту впливає на стратегії маркетингу?</p> <p>Які платформи та інструменти використовуються для автоматизації маркетингових процесів?</p> <p>Як технології допомагають у побудові та аналізі споживчого поведінки?</p> <p>Які ризики пов'язані з використанням технологій у маркетингу і як їх уникнути?</p> <p>Які переваги пропонують технології в контексті міжнародного маркетингу?</p>
<b>Лекція 2</b>	Тема 2. Інновації	<b>Практичне заняття 2, 3</b>	<i>Заняття 2</i> (семінар) Інновації <i>Заняття 3</i> (практичне заняття). Рішення задач		
<b>Лекція 3</b>	Тема 3. Технологічні стратегії	<b>Практичне заняття 4</b>	<i>Заняття 4</i> (семінар) Технологічні стратегії		
<b>Лекція 4</b>	Тема 4. Життєвий цикл технологій	<b>Практичне заняття 5</b>	<i>Заняття 5</i> (семінар) Життєвий цикл технологій		
<b>Лекція 5,6</b>	Тема 5. Проблеми трансферту технологій	<b>Практичне заняття 6</b>	<i>Заняття 6</i> (семінар) Проблеми трансферту технологій		
<b>Лекція 7</b>	Тема 6. Технологічний моніторинг	<b>Практичне заняття 7</b>	<i>Заняття 7</i> (семінар) Технологічний моніторинг		
<b>Лекція 8</b>	Тема 7. Технологічний аудит	<b>Практичне заняття 8</b>	<i>Заняття 8</i> (семінар) Технологічний аудит		
<b>Лекція 9</b>	Тема 8. Бенчмаркінг	<b>Практичне заняття 9</b>	<i>Заняття 9</i> (семінар) Бенчмаркінг		
<b>Лекція 10,11</b>	Тема 9. Управління технологічним портфелем	<b>Практичне заняття 10, 11</b>	<i>Заняття 10</i> (семінар) Управління технологічним портфелем <i>Заняття 11</i> (практичне заняття). Обговорення кейсів		
<b>Лекція 12</b>	Тема 10. Комерціалізація технологій	<b>Практичне заняття 12</b>	<i>Заняття 12</i> (семінар) Комерціалізація технологій		
<b>Лекція 13</b>	Тема 11. Методи підвищення ефективності реалізації технологій	<b>Практичне заняття 13</b>	<i>Заняття 13</i> (практичне заняття) Контрольна робота		

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohlBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних.

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;

Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2330>

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Основна література</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Калашников О.П., Михайленко В.В. Основи маркетингу технологій. – К.: Либідь, 2018. – 320 с. ISBN 978-966-06-2203-1.</li> <li>Кулик І.В., Скрипник Л.С. Маркетинг технологій та інновацій. – К.: КНЕУ, 2019. – 408 с. ISBN 978-966-574-290-9.</li> <li>Бакай В.В. Маркетинг технологічних інновацій. – К.: Каравела, 2017. – 256 с. ISBN 978-617-585-149-1.</li> <li>Микитюк Л.М., Кошева Н.В. Маркетинг в інноваційних сферах. – К.: Видавництво НІСД, 2016. – 288 с. ISBN 978-617-646-331-7.</li> <li>Чуйко В.О., Гриньова Ю.І. Маркетинг технологій та інформаційно-комунікаційні системи. – К.: Ліга-Прес, 2018. – 384 с. ISBN 978-617-679-663-3.</li> <li>Павленко І.С., Семенів О.М. Інноваційні маркетингові технології в сучасному бізнесі. – К.: Либідь, 2019. – 304 с. ISBN 978-966-06-2099-0.</li> </ol>	<b>Додаткові джерела</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Мельник О.М., Лебедева О.В. Маркетингові технології в інноваційному бізнесі. – К.: КНЕУ, 2018. – 368 с. ISBN 978-966-574-425-5.</li> <li>Гірська О.В., Колот І.І. Маркетингові технології в інформаційному суспільстві. – К.: Каравела, 2019. – 224 с. ISBN 978-617-585-213-9.</li> <li>Гончаренко М.В., Лисенко В.П. Маркетингові технології в сучасному бізнесі. – К.: Каравела, 2020. – 336 с. ISBN 978-617-585-318-1.</li> <li>Данилюк І.М., Савченко О.І. Маркетингові технології в індустрії. – К.: КНЕУ, 2017. – 272 с. ISBN 978-966-574-197-1..</li> </ol>
---------------------------	---	--------------------------	---

## СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Індивідуальна самостійна робота №1	30	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Індивідуальна самостійна робота №2	20	75 - 80	C		<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Тестове опитування	20	65 - 74	D	<b>задовільно</b>	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Підсумкова контрольна робота	30	55 - 64	E		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
		30 - 54	FX	<b>незадовільно</b>	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F		<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

## ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями													Вид підсумкового семестрового контролю	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Лекції	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>ЗАЛІК</b>
Практ. заняття	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
Сам. робота	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6		
Консультації				Конс							Конс				
Поточний контроль	ВК	УО	ПЗ	УО	УО	УО	УО	УО	УО	УО	УО	УО	ПЗ		
Модулі	●								М1				●		
Контроль по модулю													КР		
Контроль самостійної роботи		КСР		КСР		КСР		КСР		КСР		КСР			

ВК – вхідний контроль; УО – поточне опитування; КР – контрольна робота; КСР – результати самостійної роботи; Конс. – консультація.


Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Маркетинг технологій»  
[docs.google.com/forms/d/1BI7QqR3nd4N LovbHg5JAWD26F9Nr-Xu1gMTit\\_0YeMc/edit](https://docs.google.com/forms/d/1BI7QqR3nd4N LovbHg5JAWD26F9Nr-Xu1gMTit_0YeMc/edit)

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2023


Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

 /Шашко В.О./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко С.В./

«30» серпня 2023 р.

