



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг інформаційних продуктів і послуг»

Спеціальність	029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Освітня програма	ОПП «Інформаційна аналітика та PR- діяльність»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	2 курс, 4 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 16 год.
	Практичні - 16 год.
	Самостійна робота - 58 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Васюта Вікторія Борисівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	fem.vasiutavb@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку

Мета навчальної дисципліни – формування системи базових знань щодо сутності та видів маркетингу інформаційних продуктів і послуг, принципів побудови інформаційного маркетингу на підприємстві, методів дослідження маркетингової інформації

Програмні результати навчання

ПРН2 Впроваджувати й використовувати комунікаційні технології в соціальних системах, мультимедійне забезпечення інформаційної діяльності, технології веб-дизайну та веб-маркетингу
 ПРН5 Узагальнювати, аналізувати й синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням
 ПРН7 Забезпечувати ефективність функціонування документно-комунікаційних систем
 ПРН15 Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва
 ПРН22 Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних і обов'язкових джерел інформації із застосуванням методів інформаційно-аналітичної діяльності
 ПРН23 Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і на створення медіа продукту, а також їхню промоцію
 ПРН24 Розміщувати оперативну інформацію про свій рекламний, інформаційний та медіа продукт на доступних інтернет- та медійних платформах, виставкових майданчиках

Передумови для навчання

Попередньо опановані дисципліни: документознавство

Індивідуальне завдання

Не передбачено

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Виникнення, сутність та правові засади підприємництва. **Тема 2.** Інформаційний бізнес як напрямок підприємницької діяльності. **Тема 3.** Методи дослідження маркетингової інформації. **Тема 4.** Виробнича політика інформаційного бізнесу. **Тема 5.** Розподільча та рекламно-збутова політика інформаційної фірми. **Тема 6.** Дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг. **Тема 7.** Ціноутворення в інформаційній галузі.



Сторінка курсу на
платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3778>

Рекомендовані джерела

1. Палеха Ю. І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха . Київ : Ліра-К, 2020 . 480 с. URL: <http://elib.chdtu.edu.ua/e-books/3785>
2. Мельник В. Д. Маркетинг інформаційних продуктів та послуг : конспект лекцій. ІваноФранківськ : ІФНТУНГ, 2019. 261 с.
3. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2017. 560 с.
4. Знахур С. В. Інформаційний менеджмент та маркетинг : конспект лекцій. Харків : Вид. ХНЕУ, 2015. 132 с.
5. Вишневська В. А., Ніколаєв І. В., Загребя М. М. Маркетинг інформаційних послуг в соціальних мережах. *Ефективна економіка*. 2022. № 7. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/151/151> (дата звернення: 30.07.2022). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.7.12>
6. Гринів Н. Т., Наконечна Т. В., Антоненко О. М. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг та його особливості. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. Економіка. 2017. Вип. 1. С. 67–73.
7. Основи підприємництва: Підручник / Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.; [під заг. ред. Н.В. Валінкевич.] Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
8. Підприємництво [Текст] : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241с. URL: <http://193.105.7.137/bitstream/123456789/189/1/%d0%9f%d0%b0%d0%bd%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be.pdf>
9. Гаєвська Л. М. Марченко О. І. Підприємницька діяльність: підручник; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України Ірпінь, 2019. 500 с. (Серія «Податкова та митна справа в Україні»). URL: http://ir.nusta.edu.ua/bitstream/doc/3485/3/3699_IR.pdf
10. Бондаренко В.М., Васюта В.Б., Писаренко К.М. Роль маркетингових комунікацій в поведінці споживача. *Інфраструктура ринку*. Випуск 59. 2021. С. 38-43. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct59-7>
11. Vasiuta V.B., Arkhipova A.I. Neuromarketing in the system of modern commodity science: the influence of packaging design on consumer behavior. *ЕКОНОМІКА: реалії часу*. № 6 (58), 2021. С. 14-23. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No6/14.pdf> DOI: 10.15276/ETR.06.2021.2
12. Міняйленко І.В., Васюта В.Б., Добрянська В.В. Тенденції та розвиток маркетингових технологій просування продукції в мережі Інтернет. *30 років незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні*: колективна монографія / за ред. д.е.н., професора Старостіної А.О. Київ: «Інтерсервіс», 2022. С. 278-290.
13. Добрянська В.В., Васюта В.Б., Даніленко А. В. Дослідження медіа-ринку України з метою прийняття рішень щодо маркетингових комунікацій. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. URL: <https://www.doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.84>

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів.
Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкали



оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3778>

Силабус затверджено на засіданні кафедри «Економіки, підприємництва та маркетингу»
28 серпня 2023 р. Протокол № 13