



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг інформаційних продуктів і послуг»

Спеціальність	029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
Освітня програма	«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	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 30 год.
	Практичні - 30 год.
	Самостійна робота - 90 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	
РН2 Впроваджувати та використовувати комунікаційні технології у соціальних системах, мультимедійне забезпечення інформаційної діяльності, технології вебдизайну та вебмаркетингу.	
РН7 Забезпечувати ефективність функціонування документно-комунікаційних систем.	
РН11 Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.	
Передумови для навчання	
Попередньо опанована дисципліна: «Правові основи інформаційно-аналітичної діяльності»	
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. Управління маркетинговою діяльністю. Тема 5. Стратегія маркетингу. Тема 6. Виробнича політика інформаційного бізнесу. Тема 7. Розподільча та рекламно-збутова політика інформаційної фірми. Тема 8. Дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг. Тема 9. Особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку. Тема 10. 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: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха . Київ : Ліра-К, 2020 . 480 с.	
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. Вишневецька В. А., Ніколаєв І. В., Загреба 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>

5. 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>

6. Кузняк Б., Добрянська В., Васюта В. Маркетингові дослідження на зовнішніх ринках: інформаційне забезпечення. *Галицький економічний вісник*. 2021. Том 73. № 6. С. 70-77. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.06.070

7. 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>

8. Andrii Dligach, Sergiy Tegipko, Iryna Zamula, Tetiana Arestenko, Viktoriia Vasiuta (2023) Marketing Communication during the Crisis: Strategies for Customer Recovery and Retention *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 04, pp. 2239-2247. URL: DOI: 10.46852/0424-2513.4.2023.32 <https://economicaaffairs.co.in/Journal/abstract/id/NjlyNw==/?year=2023&month=December&volume=Volume%2068&issue=Issue%204>

9. Васюта В.Б., Мозуль А.Р. Маркетингові проблеми створення нового товару. *Галицький економічний вісник*. 2024. Том 88. № 3. С.130-135 URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.03.130

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	Максимальна кількість балів
Виконання практичних завдань та завдань самостійної роботи	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі 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	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	
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»
27 серпня 2024 р. Протокол № 20