



# Вищий навчальний заклад «НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Маркетинг ІТ-продуктів

#### ОП «МАРКЕТИНГ»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОПІ-2	Маркетинг ІТ-продуктів*	Обов'язкова навчальна дисципліна професійної підготовки	Другий (магістерський)	1	1	4	диференційований залік

\* викладання здійснюється на основі дозволу на використання матеріалів курсу «Маркетинг ІТ-продуктів» у навчальних цілях від команди розробників — ІТ-компанії Genesis та ГО «Освітня фундація продуктового ІТ»

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** денна, заочна

**Види навчальних занять:** лекція, практичне заняття, консультація.

**Методи навчання:** це інтерактивний курс у форматі змішаного навчання, що містить передзаписані відеолекції та інтерактиви на онлайн-платформі від Genesis (відеолекції, інтерв'ю, скрінкасти, текстові конспекти, інфографіки, симулятор на платформі) в поєднанні із заняттями в контакт з викладачем

**Оцінювання:** поточне, підсумкове.

**Метою викладання навчальної дисципліни:** оволодіння здобувачами знань щодо основ Marketing Compliance, Performance Marketing, Brand Marketing, Product Marketing; умінь щодо аналітика в маркетингу ІТ-продуктів; навичок щодо роботи з маркетинговими воронками.

#### Загальні компетентності (ЗК)

ЗК1	Здатність приймати обґрунтовані рішення
ЗК2	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
ЗК3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
ЗК8	Здатність розробляти проекти та управляти ними

#### Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
СК3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
СК5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування
СК6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків
-----	--

### Програмні результати навчання (ПРН):

Шифр	Зміст
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН 4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН 6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Введення в продуктове IT. Поведінка користувачів. Базові поняття маркетингу. Аналіз ринку. GTM-стратегія. Marketing Compliance. Performance Marketing. Brand Marketing. Product Marketing. Аналітика в маркетингу IT-продуктів. Робота з маркетинговими воронками. Маркетинг та продуктова команда. Найм. Підсумки курсу.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (робочий зошит «Genesis Marketing Workbook: Hard & Soft skills»); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль передбачає застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою на онлайн-платформі від Genesis. Підсумковий контроль передбачає

проведення диференційованого заліку на основі оцінювання результатів виконання індивідуального проєкту.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

**Рекомендована література:**

1. Інтерактивна навчальна платформа Genesis. URL: <https://genesis-marketing-course.theworkademy.com/>

2. Маркетинг IT-продуктів. Конспект лекцій Genesis. 2023. URL: [Конспекти до курсу – Google Диск](#)

3. Genesis Marketing Workbook: Hard & Soft skills. Робочий зошит. Genesis 2023.

4. Kotler P., Kartajaya H., & Setiawan I. (2021) Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons.

5. Kotler, P., & Keller (2007) A Framework for Marketing Management 3rd ed. New Jersey: Prentice Hall.

**Викладач: Костинець Юлія Володимирівна**, доктор економічних наук, кафедра економіки, маркетингу, управління та адміністрування.

**Гарант освітньої програми:**

**Єрмошенко Микола Миколайович**,  
доктор економічних наук, професор.

