



СИЛАБУС ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ

МАРКЕТИНГ ІТ-ПРОДУКТІВ

Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова компонента освітніх програм першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Рекомендовано для спеціальностей	053 Психологія; 051 Економіка; 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 061 Журналістика; 121 Інженерія програмного забезпечення; 122 Комп'ютерні науки; 125 Кібербезпека та захист інформації; 171 Електроніка; 172 Електронні комунікації та радіотехніка; 174 Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка; 175 Інформаційно-вимірювальні технології; 176 Мікро- та наносистемна техніка; 275 Транспортні технології на автомобільному транспорті; 281 Публічне управління та адміністрування
Форма навчання	Денна, заочно-дистанційна

Викладачі

Тардаскіна Тетяна Миколаївна
tardaskina@ukr.net



доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни	<p>Дисципліна «Маркетинг ІТ-продуктів» має міждисциплінарний характер. Вона інтегрує, відповідно до свого предмету, знання з таких освітніх і наукових галузей: менеджмент, маркетинг, економіка підприємства, ІТ-право, електронна комерція та web-дизайн, програмування. Навчання спрямовано на:</p> <ol style="list-style-type: none">1) розвиток ІТ-підприємництва, цифрового підприємництва і сфери продуктового ІТ в Україні;2) створення маркетингової стратегії та розуміння особливостей усіх її складників, знання маркетингових фреймворків;3) створення та реалізація стратегії brand-маркетингу, включно з SMM, PR та Influence Marketing;
-------------------------------	---

	4) робота з метриками та аналітикою маркетингових каналів для просування продукту; 5) взаємодія з продуктовою та маркетинговою командою для просування продукту.
Мета дисципліни	формування системи теоретичних та практичних знань маркетингу ІТ-продуктів. «Маркетинг ІТ-продуктів» спрямовано на розвиток ІТ-підприємництва, цифрового підприємництва і сфери продуктового ІТ в Україні.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<ul style="list-style-type: none"> - Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій. - Здатність генерувати нові ідеї (креативність). - Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації. - Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. - Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість. - Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.
Результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> - Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах. - Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї. - Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах. - Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.
Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни 6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин)
Форма підсумкового контролю	Залік
Терміни викладання дисципліни	Відповідно до розкладу занять вибіркового компонент освітньої програми

Програма дисципліни

Тема 1.	<i>Вступ в продуктове ІТ.</i> Вступ до ІТ-сфери. Розвиток світового та українського ІТ-ринку: сучасний стан, основні тренди, тенденції розвитку. Поняття «продуктової» та «аутсорсингової» ІТ-компанії. Поняття ІТ-продукту. Сфери ІТ-продуктів. Продуктові та аутсорсингові ІТ-компанії.
Тема 2.	<i>Поведінка користувачів. Маркетинг ІТ-продуктів.</i> Поведінкова економіка. Ключові поняття маркетингу. Елементи маркетингових комплексів: 7Р. Життєвий цикл продукту та роль маркетингу в ньому. Напрями маркетингу ІТ-продуктів.
Тема 3.	<i>Аналіз ринку. GTM-стратегія. Marketing Compliance.</i> Аналіз ринку: стан, конкуренти, цільова аудиторія. Моделі монетизації ІТ-продуктів. Інструменти аналізу конкурентного ринку. Побудова стратегії виходу продукту на ринок. Marketing Compliance: як креативам не потрапляти в бан.

Тема 4.	<i>Performance Marketing.</i> Search Engine Optimization (SEO). App Store Optimization (ASO). Affiliate Marketing and Media Buying.
Тема 5.	<i>Brand Marketing.</i> Social Media Marketing (SMM). Public Relations and Partnerships. Influence Marketing.
Тема 6.	<i>Product Marketing.</i> Email and Push Marketing. Content Marketing.
Тема 7.	<i>Аналітика в маркетингу ІТ-продуктів.</i> Продуктові та маркетингові метрики. Unit-економіка. А/В-тестування.
Тема 8.	<i>Робота з маркетинговими воронками.</i> Стадії маркетингових воронки: TOFU, MOFU, BOFU. Піратська воронка «AARRR». Розрахунок конверсій Chain fannel та Anchor fannel.
Тема 9.	<i>Маркетинг та продуктова команда. Продуктова команда: технічні та нетехнічні спеціалісти.</i> Склад продуктової ІТ-команди. Функціональна та кросфункціональна команда. Визначення КРІ та ОКР. Етапи працевлаштування в продуктову ІТ-команду. Етапи створення успішного CV. Інструменти та стратегії пошуку роботи в ІТ-компанії.
Тема 10.	<i>Маркетингова стратегія ІТ-продукту.</i> Завдання маркетингу ІТ-продуктів. Ключові елементи маркетингової стратегії ІТ-продукту.

Список рекомендованих джерел

1. Летуновська Н Є., Хоменко Л.М., Люльов О.В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
2. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
3. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
4. Тардаскіна Т.М., В.В. Алхімова. Тенденції розвитку цифрових трендів в Україні. The VII International scientific and practical conference «INNOVATIONS AND PROSPECTS OF WORLD SCIENCE»(March 2-4 2022), Perfect Publishing, Vancouver, Canada. P. 265-268.
5. Тардаскіна Т.М., Рекліцька А.О. Сучасний цифровий інструмент для закладів вищої освіти в умовах розвитку EDTECH. Економіка та суспільство. 2023. № 55. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2879>
6. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Особливості інтеграції цифрових технологій у класичний бізнес. Ефективна економіка. 2023. №11. URL:<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2517/2553>.
7. Тардаскіна Т.М., Алхімова В.В. Сучасні підходи до цифрової трансформації бізнесу в Україні та в світі. Агросвіт. 2023. №22. С.85-91. URL:<https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/2406>.

Інформація про консультації

Щоп'ятниці у лютий-травень 2024 року з 14¹⁵ до 15³⁵ год., ауд. 319 або посилання на конференцію Zoom:
<https://us04web.zoom.us/j/8750953919?pwd=Z3IzNmlwcTkwMXE4K0xhRGVqZUJOQT09>

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати індивідуального завдання – до 40 балів. При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань здобувачів вищої освіти за різними системами</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D	Задовільно			
60-63	E				
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (залік) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни.

Умови зарахування пропущених занять: Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії (відповідно до розкладу консультацій викладача).

Інші умови: Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle: <http://e-learning2.suitt.edu.ua/course/view.php?id=274>