



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- 1. Код:** ВВ6;
- 2. Назва:** *Маркетинг інформаційних продуктів і послуг.*
- 3. Тип:** *вибіркова.*
- 4. Рівень вищої освіти:** *I (бакалаврський).*
- 5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** *4.*
- 6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** *8.*
- 7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** *4,5.*
- 8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** *Гонтаренко Н.А., канд. екон. наук, доцент*
- 9. Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:**
 - *оцінювати якість і конкурентоспроможність інформаційних продуктів і послуг;*
 - *розробляти комплекс маркетингу інформаційного підприємства;*
 - *аналізувати та прогнозувати ринок інформаційних продуктів і послуг;*
 - *формувати цінову політику інформаційного підприємства;*
 - *вибирати раціональні методи розповсюдження та стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг;*
 - *класифікувати й характеризувати інформаційні продукти й послуги.*
- 10. Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.*
- 11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:**
«Маркетинг», «Маркетингові дослідження».
- Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):**
немає необхідності.
- 12. Зміст курсу:**
Маркетинг інформаційних продуктів і послуг як самостійний напрям у загальній концепції маркетингу. Інформаційні продукти і послуги як товар. Ринок інформаційних продуктів і послуг. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації. Цінова політика в маркетинговій діяльності інформаційних установ. Канали й засоби розповсюдження інформаційних продуктів і послуг. Стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг. Планування, стратегія й тактика маркетингу інформаційних продуктів і послуг.
- 13. Рекомендовані навчальні видання:**
 - 1. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002.- 560 с.*
 - 2. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. (навчальний посібник з грифом МОН України, лист № 1/1 – 11466 від 22.07.2014), (фіксований власний внесок с.114-199). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.*
 - 3. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. (фіксований власний внесок с.84-85, 91-107, 137-145, 146-148, 184-185). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.*
 - 4. Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / В. М. Мальченко - К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.*
 - 5. Мельник, В. Д. Маркетинг інформаційних продуктів та послуг : конспект лекцій / В. Д. Мельник. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2005. - 261 с. – Режим доступу: <http://194.44.112.13/chytalna/701/index.html#p=34>.*
- 14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**
24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 89 год. самостійної роботи. Разом – 135 год.
Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження рольових ігор, кейс-методи, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.
- 15. Форми та критерії оцінювання:**
Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.
*Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** тестовий в кінці 8 семестру.*
*Поточний контроль (60 балів): **тестування, опитування.***
- 16. Мова викладання:** *українська, англійська.*



DESCRIPTION OF THE EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. **Code:** BB6;
2. **Title:** *Marketing of information products and services.*
3. **Type:** *selective.*
4. **Higher education level:** *the first (Bachelor's degree).*
5. **Year of study when the discipline is offered:** 4.
6. **Semester when the discipline is studied:** 8.
7. **Number of established ECTS credits:** 4,5.
8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** *Hontarenko N.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer*
9. **Results of studies. After studying this discipline student should know how to:**
 - *assess the quality and competitiveness of information products and services;*
 - *develop a marketing complex for an information enterprise;*
 - *analyze and forecast the market for information products and services;*
 - *form a pricing policy for an information company;*
 - *choose rational methods for distributing and stimulating the sale of information products and services;*
 - *classify and characterize information products and services.*
10. **Forms of organizing classes:** *training classes, independent work, practical training and current modular control.*
11. **Disciplines preceding the study of the specified discipline:**
“Marketing”, “Marketing researches”.
- Disciplines studied concurrently with the specified discipline (if necessary):**
It is not necessary.
12. **Course contents:**
Marketing of information products and services as an independent direction in the marketing concept. Information products and services as goods. Market of information products and services. Market research and marketing information. Pricing policy in the marketing activities of information institutions. Distributing channels of information products and services. Stimulating the sales of information products and services. Planning, strategy and tactics for marketing information products and services.
13. **Recommended educational publications:**
 1. *Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002.- 560 с.*
 2. *Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. (навчальний посібник з грифом МОН України, лист № 1/1 – 11466 від 22.07.2014), (фіксований власний внесок с.114-199). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.*
 3. *Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. (фіксований власний внесок с.84-85, 91-107, 137-145, 146-148, 184-185). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.*
 4. *Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / В. М. Мальченко - К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.*
 5. *Мельник, В. Д. Маркетинг інформаційних продуктів та послуг : конспект лекцій / В. Д. Мельник. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2005. - 261 с. – Режим доступу: <http://194.44.112.13/chytalna/701/index.html#p=34>.*
14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**
24 hours of lectures, 22 hours of practical training, 89 hours of independent work. Total: 135 hours.
Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of role-playing games, case methods, individual and group tasks for scientific research, use of the multimedia means.
15. **Forms and criteria of evaluation:**
Evaluation is performed in accordance with the one hundred point scale.
*Final control (40 points): test **exam** at the end of the 8 semester.*
Current control (60 points): written and oral tests.
16. **Language of teaching:** *Ukrainian, English.*

Head of the marketing department,
Doctor of Economic Sciences, professor

M. Malchuk