

Анотація вибіркової дисципліни

Назва дисципліни	Маркетингові дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг
Кількість кредитів	6 кредитів (180 годин)
Назва кафедри	Кафедра інформаційних технологій та систем
ПІБ викладача, науковий ступінь та вчене звання	Переяславська Світлана Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент
Зміст дисципліни	Сутність, цілі, завдання маркетингу інформаційних продуктів та послуг (ІПП). Споживачі ІПП. Процес управління маркетингом ІПП. Інформаційний продукт і послуги як товар. Ринок ІПП. Цінова політика в маркетинговій діяльності інформаційних установ. Канали і засоби розповсюдження ІПП. Планування, стратегія і тактика маркетингу ІПП.
Компетентності	Вміти: – досліджувати ринки ІПП; – розробляти стратегію маркетингової діяльності в ринкових умовах; – розробляти й реалізовувати маркетингову політику інформаційної установи; – організовувати управління маркетинговими функціями в інформаційній структурі; – встановлювати життєвий цикл ІПП; – розробляти нові ІПП; – прогнозувати результати роботи інформаційної установи на ринку; – оцінювати фактори, що впливають на маркетингову політику підприємства; - застосовувати методи ціноутворення, систему цін, цінових надбавок і знижок; – забезпечувати просування ІПП, розробляти заходи стимулювання збуту, організовувати пропаганду і рекламу.
На кого орієнтований курс	Другий освітній рівень (магістр), спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа 121 Інженерія програмного забезпечення 122 Комп'ютерні науки 123 Комп'ютерна інженерія
Попередня підготовка	Успішне опанування дисциплін Пропедевтика та інформаційні технології. Мультимедійне забезпечення та комунікаційні технології в інформаційній діяльності, Програмування
Форма викладання дисципліни	Очна або онлайн за допомогою Zoom та Moodle на «Освітньому порталі»