

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Навчально-науковий інститут фізико-технічних та комп'ютерних наук
Кафедра комп'ютерних наук

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

«ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів»
(вибіркова)

Освітньо-професійна програма «Інформаційні системи та технології»

Спеціальність 126 Інформаційні системи та технології

Галузь знань 12 Інформаційні технології

Рівень вищої освіти перший бакалаврський

Мова навчання українська

Розробник: к.ф.-м.н., доцент кафедри комп'ютерних наук
Довгунь Андрій Ярославович

Профайл викладача:

<https://kkn.chnu.edu.ua/about-kafedra/spivrobotnyky/dovhun/>

Контактний тел. +380661574151

E-mail: a.dovgun@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle:

Консультації: На модульних тижнях і перед заліком відбудуться консультації
згідно з затвердженим графіком

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Навчальна дисципліна «ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів» ґрунтується на дисциплінах «Управління ІТ-проектами», «Економіка та бізнес». Дана дисципліна спрямована на формування у студентів системи знань в області менеджменту в умовах ризику та маркетингу, а також вмінь, навичок вибору і застосування маркетингових стратегій при просуванні продуктів та послуг в мережі Інтернет; на формування у студентів цілісного розуміння стосовно організації та управління процесом реалізації startup-проекту; оволодіння необхідними знаннями та практичними навичками поетапної реалізації стадій стартап-проектів від генерування ідеї, формування команди, визначення ядра бізнесу, розроблення бізнес-моделі до виведення продукту на ринок.

2. Мета навчальної дисципліни: «ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів» є формування у студентів системи знань в області менеджменту в умовах ризику та маркетингу, а також вмінь, навичок вибору і застосування маркетингових стратегій при просуванні продуктів та послуг в мережі Інтернет. Окрім того - формування у студентів цілісного розуміння стосовно організації та управління процесом реалізації стартап-проекту, оволодіння практичними навичками з проблем управління проектами стартап. Вивчення дисципліни дозволяє впровадити сучасні теоретичні підходи у практику розроблення та управління проектами Startup як ключового елементу розвитку підприємництва шляхом реалізації креативних ідей.

3. Основними завданнями вивченням дисципліни «ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів» є:

- оволодіння основними поняттями та означеннями ризик-менеджменту та маркетингу;
- здобуття теоретичних та практичних навиків для розробки цільових веб-сторінок;
- отримання навиків SEO-оптимізації сайтів;
- ознайомлення студентів з основними правилами створення і розміщення контекстної реклами;
- здобуття навиків для проведення маркетингових кампаній в соціальних мережах.
- сформувати розуміння специфіки підприємства формату «startup»;
- знати можливі варіанти фінансування діяльності startup;
- визначення особливостей вибору бізнес-моделі startup;
- формування навичок започаткування startup ;
- знати особливості управління інноваційним розвитком підприємства;
- визначити напрямки позиціонування startup ;
- сформувати навички та ефективні прийоми презентації startup ;
- навчитися ефективним прийомам підбору персоналу;
- взнати форми зацікавлення інвесторів та залучення капіталу;
- розкрити особливості побудови партнерства для ефективного функціонування startup.

4. Результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- теоретичні основи ризик-менеджменту та маркетингу;
- основні положення формування та вибору маркетингових стратегій;
- засоби використання контекстної реклами в мережі Інтернет;
- способи, області та прийоми використання SEO-оптимізації;
- загальні принципи проведення маркетингових кампаній в соціальних мережах.
- основні теоретичні, методичні та організаційні основи проектів startup;
- прикладні методики відбору та оцінки персоналу компанії;
- особливості залучення інвестицій для реалізації проекту;
- основні аспекти ефективного брендингу та просування startup продуктів;
- технологію побудови партнерських зв'язків.

вміти:

- використовувати, розробляти та досліджувати методи зменшення ризику;
- правильно вибирати та організовувати маркетингові дослідження;
- оцінювати складові ефективності проведення маркетингової діяльності;
- використовувати технології соціальних мереж та контекстної реклами для просування продуктів в мережі Інтернет.
- генерувати креативні ідеї, оцінювати та обирати інноваційні ідеї для реалізації в форматі startup ;
- формувати команду проекту та будувати партнерські зв'язки;
- обирати ефективні форми залучення капіталу ;
- відстоювати свої інтереси бізнесу перед інвесторами;
- презентувати бізнес-ідеї інвесторам, постачальникам, споживачам;
- правильно обирати цільову аудиторію та засоби комунікацій;
- просувати проект в мережі Інтернет. Програмними результатами навчання є:

Під час вивчення даної дисципліни студенти набудуть **компетентностей**:

КЗ 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

КЗ 5. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

КЗ 8. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

КС 3. Здатність до проектування, розробки, налагодження та вдосконалення системного, комунікаційного та програмноапаратного забезпечення інформаційних систем та технологій, Інтернету речей (IoT), комп'ютерно-інтегрованих систем та системної мережної структури, управління ними.

КС 4. Здатність проектувати, розробляти та використовувати засоби реалізації інформаційних систем, технологій та інфокомунікацій (методичні, інформаційні, алгоритмічні, технічні, програмні та інші).

КС 7. Здатність застосовувати інформаційні технології у ході створення, впровадження та експлуатації системи менеджменту якості та оцінювати витрати на її розроблення та забезпечення.

Програмні результатами навчання:

ПР 2. Застосовувати знання фундаментальних і природничих наук, системного аналізу та технологій моделювання, стандартних алгоритмів та дискретного аналізу при розв'язанні задач проектування і використання інформаційних систем та технологій.

ПР 3. Використовувати базові знання інформатики й сучасних інформаційних систем та технологій, навички програмування, технології безпечної роботи в комп'ютерних мережах, методи створення баз даних та інтернет-ресурсів, технології розроблення алгоритмів і комп'ютерних програм мовами високого рівня із застосуванням об'єктно-орієнтованого програмування для розв'язання задач проектування і використання інформаційних систем та технологій.

ПР 6. Демонструвати знання сучасного рівня технологій інформаційних систем, практичні навички програмування та використання прикладних і спеціалізованих комп'ютерних систем та середовищ з метою їх запровадження у професійній діяльності.

ПР 7. Обґрунтовувати вибір технічної структури та розробляти відповідне програмне забезпечення, що входить до складу інформаційних систем та технологій.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни «ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів»												
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість			Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	змістових модулів	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	4	8	3,5	105	2	26	-	-	13	66	-	залік

5.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. Основи маркетингу и ризик-менеджменту												
Тема 1.1. Поняття ризик менеджменту та маркетингу	5	1				4							
Тема 1.2. Використання цільових веб-сторінок в маркетингу	6	2				4							
Тема 1.3. Показники якості проведення маркетингових досліджень	8	2		2		4							
Тема 1.4. SEO-оптимізація	8	2		2		4							
Разом за змістовим модулем 1	27	7		4		16							
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. Використання маркетингу в мережі Інтернет												
Тема 2.1. Методи і засоби створення контекстної реклами	9	2		2		5							
Тема 2.2. Email-розсилка	8	2		1		5							
Тема 2.3. Використання чат-ботів в маркетингових дослідженнях	8	2		1		5							
Тема 2.4. Цифровий маркетинг в соціальних мережах	9	2		2		5							
Разом за змістовим модулем 2	34	8		6		20							
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 3. Розробка стартап-проектів												
Тема 3.1. Startup як інноваційний формат започаткування бізнесу. Стадії життєвого циклу і фінансування startup	8	2				6							

Тема 3.2. Формування ідеї та команди startup проекту	8	2			6					
Тема 3.3. Розробка бізнес-моделі startup проекту	8	2			6					
Тема 3.4. Маркетингове планування startup проекту	11	2		3	6					
Тема 3.5. Презентування startup проектів	9	3			6					
Разом за змістовим модулем 3	44	11		3	30					
Усього годин	105	26		13	66					

5.3. Теми лабораторних занять

№	Назва теми	Кількість годин
1.	Показники якості проведення маркетингових досліджень	2
2.	SEO-оптимізація	2
3.	Методи і засоби створення контекстної реклами	2
4.	Email-розсилка	1
5.	Використання чат-ботів в маркетингових дослідженнях	1
6.	Цифровий маркетинг в соціальних мережах	2
7.	Маркетингове планування startup проекту	3
	Усього годин	13

5.4. Самостійна робота

№	Назва теми	Кількість годин
1.	Поняття ризик менеджменту та маркетингу	4
2.	Використання цільових веб-сторінок в маркетингу	4
3.	Показники якості проведення маркетингових досліджень	4
4.	SEO-оптимізація	4
5.	Методи і засоби створення контекстної реклами	5
6.	Email-розсилка	5
7.	Використання чат-ботів в маркетингових дослідженнях	5
8.	Цифровий маркетинг в соціальних мережах	5
9.	Startup як інноваційний формат започаткування бізнесу. Стадії життєвого циклу і фінансування startup	6
10.	Формування ідеї та команди startup проекту	6
11.	Розробка бізнес-моделі startup проекту	6
12.	Маркетингове планування startup проекту	6
13.	Презентування startup проектів	6
	Усього годин	66

5.5. Тематика індивідуальних завдань

№	Назва теми
1	Startup як інноваційний формат започаткування бізнесу
2	Стадії життєвого циклу і фінансування startup
3	Формування ідеї проекту
4	Формування команди startup проекту

5	Розробка бізнес-моделі startup проекту
6	Маркетингове планування startup проекту
7	Презентування startup проектів

6. Система контролю та оцінювання

Поточний контроль (ПК) здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних та індивідуально-консультативних занять з метою перевірки рівня засвоєння теоретичних знань та практичних навичок студента. ПК проводиться у формі виконання лабораторних робіт, проміжних тестувань та активності й влучності обговорення відповідних тем під час навчальних занять.

Згідно з навчальним планом семестровий контроль з дисципліни «ІТ-маркетинг та розробка стартап-проектів» відбувається у формі заліку.

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання можуть бути:

- контрольні роботи;
- стандартизовані тести;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- контрольні роботи;

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни.

Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою. Результати роботи студентів впродовж навчального семестру оцінюються в ході поточного контролю в діапазоні від 1 до 70 балів (включно), а результати підсумкового контролю (заліку) оцінюються від 1 до 30 балів (включно).

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального науково-дослідного завдання (ІНДЗ). Студенти протягом усього семестру розробляють та оформлюють роботу «Створення бізнес-плану стартапу», яку презентують та здають на останньому занятті. Максимальна кількість балів за ІНДЗ становить 10 балів.

Розподіл балів, які отримують студенти (залік)

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)													Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів	
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				Змістовий модуль 3					ІНДЗ	30	100
T1.1	T1.2	T1.3	T1.4	T2.1	T2.2	T2.3	T2.4	T3.1	T3.2	T3.3	T3.4	T3.5	10		
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4			

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Рейтингова оцінка з дисципліни	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою	Залік за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)	Зараховано
82-89	B	4 (добре)	
75-81	C	4 (добре)	

69-74	D	3 (задовільно)	Не зараховано
50-68	E	3 (задовільно)	
35-49	Fx	2 (незадовільно) з можливістю перездачі	
1-34	F	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним курсом	

7. Рекомендована література

7.1. Базова (основна)

1. Коен Дж., Шмідт Е. Новий цифровий світ / Пер. з англ. Г. Лелів. Львів: Літопис, 2015. 368с.
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван; переклад з англ. К. Куницької та О. Замасвої. К.: Видавнича група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
3. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2017. 296 с.
4. Вовчак І. С. Інформаційні системи та комп'ютерна техніка в менеджменті: Навч. посіб. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 354 с.
5. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. - К.: КНЕУ, 2004. — 185 с.
6. Жежнич П. І. Технології інформаційного менеджменту : навч. посіб. / П. І. Жежнич. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2010. – 260 с.
7. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валевська. Київ : Наш формат, 2019. 512 с.
8. Вассерман Н. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу / пер. з англ. А. Клімової. Харків : Vivat, 2017. 480 с.
9. Олет Б. 24 кроки успішного стартапу / пер. з англ. Н. Палій. Київ : Книголав, 2019. 288 с.
10. Райз Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля / пер. з англ. О.Яцини. Харків : Vivat, 2016. 368 с.
11. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє / пер. з англ. Р. Обухів. 3-є вид. Київ : Наш формат, 2016. 232 с.

8.2. Допоміжна

1. Шалева О. І. Електронна комерція. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. 216с.
2. Barden Ph. The Science Behind Why We Buy. – New York: John Wiley & Sons, 2013. 288 p.
3. Звегінцова О.Д., Золотарьова І.О., Щербаків О.В. Інтегрована оцінка етапів проєктів. Системи обробки інформації. 2015. Вип. 4. С. 163-165.
4. Стартап проєкти та їх оцінювання: конспект лекцій для студентів за спеціальністю 7.121 «Інженерія програмного забезпечення» факультету інформаційних технологій УжНУ / Розробник: Поліщук В.В. Ужгород, 2018. 74с.
5. Bhargava R., Heeman W. TheStartupPlaybook: Founder-to-Founder AdviceFromTwoStartupVeteransc. Lioncrest, 2017. 420 p.

8.3. Інформаційні ресурси

1. Media Marketing Review (укр). Електронна версія. Режим доступу - <https://mmr.ua/>
2. B2B Content Marketing: 2017 Benchmarks, Budgets and Trends Report. Content Marketing Institute and MarketingProfs University. URL: http://contentmarketinginstitute.com/wpcontent/uploads/2016/09/2017_B2B_Research_FINAL.pdf.
3. Douglas K. 2015 State of Digital Marketing. Spiceworks IT Platform. 2014. URL: <http://www.spiceworks.com/marketing/2015-state-digital-marketing/>
4. Попко О.В., Мальчик М.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. URL: <http://ena.lp.edu.ua>
5. Thiel's P. Startup CS183. NotesEssay. URL: <https://gist.github.com/harperreed/3201887>