

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«МАРКЕТИНГ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ»

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

« _____ » *2023 р. протокол № _____*

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: **Значек Рафаела Рафаелівна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
rafaehlab88@gmail.com,
048-712-41-03

Освітній компонент викладається на 3 курсі у 5 семестрі

Кількість: кредитів - 3, годин – 90

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	30	16	14
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна – 60		Заочна – 78

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «МАРКЕТИНГ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ»

Глобалізація інформатизації суспільства і активний процес науково-технічного розвитку в області інформаційних систем сприяють формуванню єдиного світового інформаційного простору. Однією з основних тенденцій розвитку сучасних інформаційних систем та технологій стає розширення доступності інформаційно-обчислювальних ресурсів мереж для окремих користувачів, в тому числі і речей.

Сьогодні пристрої Інтернету речей не лише масово використовуються у щоденному вжитку, але й у сучасному бізнес-середовищі. Зокрема Інтернет речей (Internet of Things або IoT) активно впроваджується в різних галузях – від промислової сфери до сільського господарства, рітейлу, будівництва, тощо. Поступово пристрої IoT стають невід'ємною частиною багатьох галузей, і зростання їх кількості спричиняє виникнення нових проблем проектування, застосування, експлуатації та безпеки.

Бурхливий розвиток технічних засобів і підвищення активності доступу до інформаційно-обчислювальних ресурсів підвищили інтерес до проблеми ефективного використання мережевих ресурсів Інтернету речей і забезпечення оперативного доступу до них.

Освітній компонент «Маркетинг інтернет речей» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетинг», «Мерчандайзинг», «Практична стилістика та копірайтинг».

3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є формування у здобувачів фундаментальних концепцій інноваційного розвитку, сучасних підходів та методів здійснення маркетингової діяльності у сфері нових та високих технологій, вмінь та навичок застосування сучасного інструментарію маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності інноваційного підприємства на ринку.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати :

- сучасні тенденції та різновиди маркетингу Інтернету речей;
- проблеми та перспективи розвитку Інтернету речей та індустріального Інтернету;
- принципи функціонування бізнесу у сфері маркетингу Інтернету речей;

вміти :

- формулювати цілі та задачі діяльності підприємства у сфері маркетингу Інтернету речей, його стратегію;

- збирати та обробляти цифрові дані про діяльність підприємства;
- визначати напрямки удосконалення бізнес-процесів підприємства у сфері маркетингу Інтернету речей;

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «МАРКЕТИНГ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
- ЗК6 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК7 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Програмні результати навчання:

- ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовий модуль 1. Маркетинг Інтернет речей			
1	Складові майбутнього інтернету. Основні поняття Інтернету речей. Використання Інтернету речей. Складові майбутнього Інтернету.	2	0,5

2	Маркетинг інтернет речей з технологічної точки зору. Ключові поняття IoT. Глобальність IoT і прогноз у цифрах. Сфери застосування IoT і його переваги для бізнесу. Датчики та живлення. Передача даних. Маршрутизація. Загроза і безпека в Інтернеті речей.	2	0,5
3	Маркетингові можливості інтернету для організації сучасної бізнес-практики. Визначення Інтернету та основні етапи його розвитку. Особливості загальної схеми побудови мережі та основні ресурси Інтернету. Основні причини доцільності ведення бізнесу в Інтернеті.	2	0,5
4	Роль інтернет-послуг у практичній маркетинговій діяльності. Характеристика обмежень та особливостей використання Інтернету в маркетинговій діяльності. Основні напрямки інтернет-послуг. Покупка й продаж через Інтернет.	2	0,5
5	Реклама товарів і послуг у мережі. Основні інструменти впливу на цільову аудиторію. Сервіс і після продажне обслуговування.	2	1
6	Штрихове кодування. Особливості штрихових кодів. Найбільш популярні двовимірні штрихові коди. Тривимірний штриховий код.	2	1
7	Розумний та безпечний будинок. Елементи «розумного будинку». Загрози «розумного будинку». Атаки на «розумний будинок».	2	1
8	SMART CITY. Класифікація Smart City. Концепція розумного міста. Основні складові Розумного міста. Технології розумних міст. Стандарти розумного міста. Інформаційні технології та інформаційно-технологічні платформи.	2	1
Разом за ОК:		16	6

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Актуальність маркетингу інтернет речей	2	0,5
2	Інноваційні інструменти маркетингу	2	0,5
3	Пошук маркетингової інформації в інтернеті	2	1
4	Принципи діяльності сайту та інформаційні можливості	2	1
5	Маркетингові дослідження у віртуальній економіці	2	1
6	Методика маркетингового аналізу веб-сайтів	2	1
7	Стратегічні рішення в маркетингу інтернет речей	2	1
Всього за ОК:		14	6

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	За допомогою он-лайн генератора банерів Artbanner-студія розробити 5 статичних банерів і 5 анімованих GIF-банерів, використовуючи різні можливості Artbanner-студія.	40	50
2.	Розробити по 5 логотипів, використовуючи різні можливості онлайн сервісів	20	28
Всього за ОК:		60	78

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;
- виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;
- усне опитування за окремими темами;
- модульна контрольна робота;

Підсумковий контроль – *диференційований залік*.

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна	заочна
Змістовий модуль 1 – Маркетинг Інтернет речей		
Лекційний курс *	22	22
Практичні роботи*	28	18
Самостійна робота*	20	30
Тестування в межах модульного контролю*	30	30
Всього	100	100

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

Контрольні заходи під час лекційного курсу

Бали	Критерії оцінювання	Оцінка
20-22	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
16-19	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
10-15	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
5-9	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін,	достатньо

	періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	
0-4	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 7 практичних робіт)

4,0 – 3,7 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
3,6 - 3,3 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,2 – 2,9 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
2,8 – 1,6 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
1,5 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 6 практичних робіт)

3,0 – 2,5 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
2,4 - 2,1 балів	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
2,0 – 1,7 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
1,6 – 1,0 балів	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
0,9 – 0 балів	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи – денна форма навчання – 2 роботи)

10,0 – 8,5 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
8,4 - 6,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
6,8 – 5,3 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
5,2 – 3,7 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
3,6 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи – заочна форма навчання – 2 роботи)

15,0 – 13,5 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
13,4 - 11,9 балів	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
11,8 – 9,3 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
9,2 – 5,7 балів	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні,</i>	достатньо

	<i>допущені грубі помилки</i>	
5,6 – 0 балів	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Тестування (в межах модульного контролю)

30,0-25,0	<i>100 - 81 % правильних відповідей</i>	відмінно
24,0 -20,0	<i>80 – 64 % правильних відповідей</i>	дуже добре
19,0 – 17,0	<i>63 – 55 % правильних відповідей</i>	добре
16,0 – 13,0	<i>54 – 43 % правильних відповідей</i>	достатньо
12 – 0	<i>42 – 0 % правильних відповідей</i>	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: *Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально-демонстративний метод, проблемний виклад.*

Практичні заняття: *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозговий штурм, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань*

Самостійна робота: *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами лекцій, реферування, конспектування)*

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса: Лерадрук, 2020. – 757 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1626597>

2. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу [Текст]: навч. посіб. Ч. 1 – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. – 184 с.

<https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.166974>

3. Бородкіна І. Л., Бородкін Г.О. Web-технології та Web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів [Текст]: навч. посіб.; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ: Ліра-К, 2020. – 212 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1625020>

4. Мальська М. П., Кізіма В. Л., Жук І.З. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика [Текст]: підручник; Львів. нац. ун-т ім. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2021. – 336 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1736473>

5. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2020. – 347 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1805993>

6. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Забуранна Л.В. та ін. Маркетинг міжнародного туризму [Текст] : навч. посіб.; за ред. Я. С. Ларіної. – Херсон: Видавничий дім "Гельветика",

2019. – 412 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1663492>

7. Кордзая Н. Р. Конспект лекцій "Інтернет-маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" 076 "Підприємництво, торгівлі та біржова діяльність"; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва та торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 30 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1671508>

8. Лозовська Г. М., Значек Р.Р. Конспект лекцій з курсу "Маркетинг послуг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг" ден. та заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, п.і. торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2022. – Електрон. текст. дані: 68 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1731263>

Додаткова:

1. Іванечко Н. Р., Процишин Ю.Т., Никитишин Т.В. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід [Текст] // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2020. – Т. 12, № 1. – С. 77-85

2. Іванченкова Л. В., В. Ю. Скляр. Конспект лекцій з дисципліни "Бізнес планування в сфері гостинності" [Електронний ресурс] : для магістрів за спец. 241 "Готельно-ресторанна справа"; відп. за вип. А. К. Д'яконова; Каф. готельно-ресторанного бізнесу. – Одеса: ОНАХТ, 2020. – Електрон. текст. дані: 29 с.

3. Мунтян І. В., Євтушок О.В., Гнатовська Д.О. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку [Текст] // Економіка харчової промисловості. – 2020. – т. 12, № 2. – С. 55-61.

4. Нікішина О. В., Тараканов М. Л. Маркетинговий вимір механізмів логістичної взаємодії у ланцюгах товарних ринків // Економіка харчової промисловості: наук. журн. – 2021. – Т. 13, № 2. – С. 39-49.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#) , [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від « ____ » _____ 2023 р. № ____

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент, кафедра МПіТ

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК