

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний технологічний університет

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг Інтернет речей

вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання – українська

Освітньо-професійна (наукова) програма Реклама та зв'язки з громадськістю, Digital маркетинг, Маркетинг

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління та адміністрування

Ступінь вищої освіти бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою університету

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету

РОЗРОБНИК (розробники): Значек Р.Р., доцент, канд. техн. наук, Мільчева В.В.
старший викладач, PhD

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «01» червня 2022 р. № 11

Завідувач кафедри _____ Володимир ЛАГОДІЄНКО
(підпис)

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальності 075 Маркетинг та 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність галузі знань 07 Управління та адміністрування

Голова ради _____ Марина МАРДАР
(підпис)

Гарант освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю» _____ Ганна ЛОЗОВСЬКА
(підпис)

Гарант освітньої програми «Digital маркетинг» _____ Натела КОРДЗАЯ
(підпис)

Гарант освітньої програми «Маркетинг» _____ Олена ГОЛУБЬОНКОВА
(підпис)

Розглянуто та схвалено Методичною радою університету

Протокол від «__» _____ 20__ р. №__

Секретар Методичної ради університету _____ Валерій МУРАХОВСЬКИЙ
(підпис) Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка.....	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти.....	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки.....	5
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС.....	5
2	Зміст дисципліни:.....	5
2.1	Програма змістових модулів.....	5
2.2	Перелік лабораторних робіт.....	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи.....	7
3	Критерії оцінювання результатів навчання.....	7
4	Інформаційне забезпечення.....	8

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Маркетинг Інтернет речей» 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.

Основні завдання вивчення дисципліни «Маркетинг Інтернет речей», що мають бути вирішені у процесі її викладання, полягають в отриманні здобувачами знань у сфері маркетингу Інтернету речей:

- вивчення понятійно-категоріального апарату у сфері маркетингу Інтернету речей;
- формування уявлень про фундаментальні теорії інноваційного процесу і концепції інноваційного розвитку маркетингу Інтернету речей;
- ознайомлення з сучасними методами маркетингу Інтернету речей;
- формування практичних навичок та вмінь, необхідних для постановки та практичного рішення актуальних задач управління маркетингом Інтернету речей.

В результаті вивчення курсу «Маркетинг Інтернет речей» здобувачі 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.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «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-професійних програмах «Реклама та зв'язки з громадськістю», «Digital маркетинг», «Маркетинг»](#) підготовки бакалаврів.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Програмні результати навчання:

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Попередні – маркетинг, основи маркетингової аналітики, історія маркетингу та реклами; послідовні – маркетингові технології управління проектами.

1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Навчальна дисципліна викладається на 3 курсі у 5 семестрі для денної форми навчання ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю», ОПП «Digital маркетинг» та на 4 курсі у 7 семестрі для заочної форми навчання ОПП «Маркетинг».

Кількість кредитів ECTS – 4, годин – 120.

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	44	22	-	22
заочна	16	8	-	8
Самостійна робота, годин	Денна - 76		Заочна - 104	

2. Зміст навчальної дисципліни

2.1. Програма змістовних модулів

Змістовий модуль 1: **Маркетинг Інтернет речей**

№ теми	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Складові майбутнього Інтернету. Основні поняття Інтернету речей. Використання Інтернету речей. Складові майбутнього Інтернету.	2	1

№ теми	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
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.	2	1
3.	Основи інтернету речей. Історія Інтернету Речей. Інтернет речей в промисловості. Екосистема Інтернету речей. Архітектура Інтернету Речей.	2	1
4.	Особливості передачі даних в IoT. Датчики та живлення. Передача даних. Маршрутизація. Загроза і безпека в Інтернеті речей.	2	1
5.	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	
6.	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.	4	1
7.	Реклама товарів і послуг у мережі. Основні інструменти впливу на цільову аудиторію. Сервіс і після продажне обслуговування.	2	
8.	Штрихове кодування. Особливості штрихових кодів. Найбільш популярні двовимірні штрихові коди. Тривимірний штриховий код.	2	1
9.	Розумний та безпечний будинок. Елементи «розумного будинку». Загрози «розумного будинку». Атаки на «розумний будинок».	2	1
10.	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 з дисципліни		22	8

2.2. Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва лабораторної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Актуальність маркетингу інтернет речей.	2	1
2.	Інноваційні інструменти маркетингу.	2	1
3.	Пошук маркетингової інформації в інтернеті.	4	1
4.	Принципи діяльності сайту та інформаційні можливості.	2	1
5.	Маркетингові дослідження у віртуальній економіці.	4	1
6.	Методика маркетингового аналізу веб-сайтів.	2	1
7.	Стратегічні рішення в маркетингу інтернет речей.	2	1
8.	Реклама в інтернеті.	4	1
Всього		22	8

2.3. Перелік завдань до самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Актуальність маркетингу інтернет речей.	6	10
2.	Інноваційні інструменти маркетингу.	10	14
3.	Пошук маркетингової інформації в інтернеті.	10	14
4.	Принципи діяльності сайту та інформаційні можливості.	10	12
5.	Маркетингові дослідження у віртуальній економіці.	10	12
6.	Методика маркетингового аналізу веб-сайтів.	10	14
7.	Стратегічні рішення в маркетингу інтернет речей.	10	14
8.	Реклама в інтернеті.	10	14
	Всього	76	104

3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік

Нарахування балів за виконання змістового модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	min	max	К-ть робіт	Сумарні бали		К-ть робіт	Сумарні бали	
				min	max		min	max
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Маркетинг Інтернет речей								
Робота на лекціях	0,5	1	10	5	10	8	4	8
Виконання практичних робіт	1,5	3	8	12	24	4	6	12
Опрацювання тем, не винесених на лекції	0,5	1	8	4	8	10	5	10
Підготовка до практичних занять	0,5	1	8	4	8	10	5	10
Виконання індивідуальних завдань	5	10	1	5	10	2	10	20
Проміжна сума	x	x	x	30	60	x	30	60
Поточний контроль (тестовий)	30	40	x	30	40	x	30	40
Оцінка за змістовий модуль				60	100		60	100

4. 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.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.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=OdONAHТ-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.onaft.edu.ua/libraryw/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1625020>
4. Мальська М. П., Кізима 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.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.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.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.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.onaft.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.onaft.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. фрми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, п. і. торгівлі. – Одеса: ОНАХТ, 2022. – Електрон. текст. дані: 68 с. <https://elc.library.onaft.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1731263>