

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
Факультет іноземної філології
Кафедра прикладної лінгвістики**

**СИЛАБУС
нормативного навчального компонента**

Основи IT маркетингу

підготовки	бакалавра
спеціальності	035 Філологія
освітньо-професійної програми	Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика

Луцьк 2023

Силабус навчального компонента «ОСНОВИ ІТ МАРКЕТИНГУ» підготовки бакалавра, галузі знань 03 ГУМАНІТАРНІ НАУКИ, спеціальності 035 ФІЛОЛОГІЯ, за освітньо-професійною програмою ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА. ПЕРЕКЛАД І КОМП'ЮТЕРНА ЛІНГВІСТИКА.


Розробники: асистент кафедри прикладної лінгвістики Левандовський В. С., доктор філологічних наук, професор кафедри прикладної лінгвістики Біскуп І. П.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:  (Калиновська І. М.)

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри прикладної лінгвістики, протокол № 1 від 31.08.2021 р.

Силабус освітнього компонента перезатверджено на засіданні кафедри прикладної лінгвістики, протокол № 1 від 30.08.2023 р.

В. о. завідувача кафедри:  (Берладин О.Б.)

© Левандовський В. С.,
Біскуп І. П., 2023

I. Опис навчального компонента

Таблиця 1 (Денна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчального компонента
Денна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика Бакалавр	Нормативний
Кількість годин/кредитів 90 год. / 3 кредити		Рік навчання: 1
		Семестр: 1
		Лекції: 18 год. Практичні: 28 год.
		Консультації: 6 год.
ІНДЗ: немає		Самостійна робота: 38 год.
Мова навчання	українська	

Таблиця 1а (Заочна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчального компонента
Заочна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика Бакалавр	Нормативний
Кількість годин/кредитів 90 год. / 3 кредити		Рік навчання: 1
		Семестр: 1
		Лекції: 4 год. Практичні: 8 год.
		Консультації: 12 год.
ІНДЗ: немає		Самостійна робота: 66 год.
Мова навчання	українська	

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові	Левандовський Віктор Сергійович
Науковий ступінь	-
Вчене звання	-
Посада	Секретар Наглядової ради ВНУ ім. Лесі Українки, асистент
Контактна інформація	м.т. +380506346156
Дні занять	http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700
	Очні консультації: в день проведення лекцій (за попередньою домовленістю). Усі запитання можна надсилати на електронну скриньку, зазначену в силабусі.

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу. Навчальна дисципліна «Основи ІТ маркетингу» призначена для студентів 1 року денної та заочної форм навчання освітньо-професійної програми **Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика** першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету іноземної філології. Вивчення дисципліни передбачає ознайомлення студентів з основними поняття та сучасними тенденціями галузі ІТ маркетингу. ОК викладається фахівцем-практиком, партнером з дуальної освіти, стейкхолдером ОП Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика, директором ІТ компанії ІнтернетДевелс Віктором Левандовським

2. Пререквізити й постреквізити. Підґрунтям для викладання ОК «Основи ІТ маркетингу» є загальні суспільно вагомні компетенції вступників, отримані під час навчання у закладах середньої освіти. До *постреквізитів* належать «Інформаційні технології» (структура ІТ компанії, перелік обов'язків працівників, вимоги до сучасного ІТ-фахівця), «Основи WEB технологій» (способи просування WEB продуктів), «Інтерактивний WEB-дизайн» (маркетингові технології дизайнерів, фріланс).

3. Мета і завдання навчальної дисципліни. Методи навчання. Метою викладання ОК «Основи ІТ маркетингу» є ознайомлення студентів з основними поняттями теорії маркетингу, принципами й засадами маркетингового мислення, способами маркетингування установ та організацій.

Основні завдання:

1. сформуувати систему ключових понять ІТ галузі;
2. увести базові поняття теорії і практики маркетингу;
3. розвинути навички аналізу кращих маркетингових практик;
4. сформуувати у студентів засади маркетингового мислення.

Методи навчання:

Традиційні: пояснювально-ілюстративний, відповіді на запитання, *дискусії*.

Інноваційні: *проектно-дослідницький метод, метод кейсів*.

4. Результати навчання (компетентності). По завершенні вивчення ОК «Основи ІТ маркетингу» студенти володітимуть такими компетентностями:

Загальними компетентностями:

- здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі лінгвістики та інформаційних технологій, в процесі професійної діяльності або навчання, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов. (**Інтегральна компетентність**);
- здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні (**ЗК1**);
- здатність бути критичним та самокритичним (**ЗК4**);
- Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями (**ЗК5**);
- Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел (**ЗК6**);
- Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми (**ЗК7**);
- Здатність працювати в команді та автономно (**ЗК8**);
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (**ЗК10**);
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (**ЗК11**);

- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій **(ЗК12)**;
- Фаховими компетентностями:**
- Здатність вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань **(ФК8)**;
 - Здатність до організації ділової комунікації **(ФК12)**;
 - Здатність застосовувати лексико-семантичні, граматичні й стилістичні трансформації під час письмового та усного перекладу текстів різних жанрів і функціональних стилів для забезпечення синтаксичної, семантичної та прагматичної еквівалентності вихідного та цільового текстів **(ФК13)**;
 - Здатність використовувати сучасні інформаційні системи та технології під час виконання функціональних завдань та обов'язків, знати основи безпечної роботи в інформаційних системах, методи створення баз даних та вебресурсів **(ФК15)**.
- ОК формує такі **програмні результати** навчання:
- Вільно спілкуватися з професійних питань із фахівцями та нефхівцями державною та іноземною(ими) мовами усно й письмово, використовувати їх для організації ефективної міжкультурної комунікації **(ПРН 1)**.
 - Ефективно працювати з інформацією: добирати необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати її, впорядковувати, класифікувати й систематизувати **(ПРН 2)**.
 - Організувати процес свого навчання й самоосвіти **(ПРН 3)**.
 - Розуміти фундаментальні принципи буття людини, природи, суспільства **(ПРН 4)**.
 - Співпрацювати з колегами, представниками інших культур та релігій, прибічниками різних політичних поглядів тощо **(ПРН 5)**.
 - Використовувати інформаційні й комунікаційні технології для вирішення складних спеціалізованих задач і проблем професійної діяльності **(ПРН 6)**.
 - Використовувати мову(и), що вивчається(ються), в усній та письмовій формах для розв'язання комунікативних завдань у побутовій, суспільній, навчальній, професійній, науковій сферах життя **(ПРН 14)**.
 - Збирати, аналізувати, систематизувати й інтерпретувати факти мови й мовлення й використовувати їх для розв'язання складних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання **(ПРН 17)**.
 - Мати навички управління комплексними діями або проектами при розв'язанні складних проблем у професійній діяльності в галузі обраної філологічної спеціалізації та нести відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах **(ПРН 18)**.

5. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2 (Денна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Інд.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю* / Бали
Змістовий модуль 1.							
Тема 1. Введення базових понять ІТ галузі	5	1	2	–	2	–	5
Тема 2. Введення базових понять маркетингу	9	3	2	–	4	–	5
Тема 3. Аналіз прикладів маркетингу	11	2	4	–	4	1	5

Тема 4. Маркетингове мислення	11	2	4	–	4	1	5
Разом за модулем 1	36	8	12	–	14	2	20
Змістовий модуль 2.							
Тема 5. Цільова аудиторія	13	2	4	–	6	1	5
Тема 6. Розробка маркетингових повідомлень		4	4	–	6	1	5
Тема 7. Конкурентне середовище		2	4	–	6	1	5
Тема 8. Сучасні тренди контенту		2	4	–	6	1	5
Разом за модулем 2	54	10	16	–	24	4	20
Види підсумкових робіт							Бал
Залікова контрольна робота							Т / 60
Усього годин / Балів	90	18	28	–	38	6	100

*Форма контролю - тестування, опитування, робота в малих групах, ведення дискусії – обирається викладачем для кожного заняття і може варіювати залежно від рівня мотивації групи.

Таблиця 2а (Заочна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Інд.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю* / Бали
Змістовий модуль 1.							
Тема 1. Введення базових понять ІТ галузі	26	1	2	–	20	3	10
Тема 2. Введення базових понять маркетингу	26	1	2	–	20	3	10
Тема 3. Аналіз прикладів маркетингу	26	1	2	–	20	3	10
Тема 4. Маркетингове мислення	12	1	2	–	6	3	10
Разом за модулем 1	90	4	8	–	66	12	40
Види підсумкових робіт							Бал
Залікова контрольна робота							Т / 60
Усього годин / Балів	90	4	8	–	66	12	100

*Форма контролю - тестування, опитування, робота в малих групах, ведення дискусії – обирається викладачем для кожного заняття і може варіювати залежно від рівня мотивації групи.

6. Завдання для самостійного опрацювання

Таблиця 3

Тема	Кількість годин		Питання для самостійного опрацювання
	денна форма	заочна форма	
Тема 1. Введення базових понять ІТ галузі	8	10	Як маркетингувати Університет на Волині
Тема 2. Введення базових понять маркетингу	6	8	Як маркетингувати агенцію на Волині
Тема 3. Аналіз прикладів маркетингу	6	8	Приклад маркетингової акції маркетплейсу Amazon
Тема 4. Маркетингове мислення	6	8	Які принципи маркетингового мислення?
Тема 5. Цільова аудиторія	6	8	Як з потенційної цільової аудиторії вичленити необхідну цільову аудиторію?
Тема 6. Розробка месаджа	6	8	Як створити логос для маркетингового повідомлення.
Тема 7. Конкурентне середовище	6	8	Як ставитися до конкурентного середовища і як з ним працювати?
Тема 8. Сучасні тренди контенту	6	8	Які зараз тренди в контенті?
Разом:	38	66	

IV. Політика оцінювання

При вивченні навчальної дисципліни «Основи ІТ маркетингу» студент виконує завдання згідно з силабусом, що включає відвідування лекцій, практичних занять, опрацювання інформаційних джерел та літератури для виконання завдань самостійної роботи.

Для оцінювання знань студента використовують два види контролю: поточний та підсумковий. Поточний контроль включає тестування, опитування, роботу в малих групах, ведення дискусії. Такі форми контролю дозволяють перевірити рівень підготовки студентів до кожного заняття, вміння оперувати вивченим матеріалом, вміння чітко, логічно і послідовно відповідати на запитання. Завдання для самостійного опрацювання перевіряють вміння працювати самостійно, виокремлювати головні та другорядні ідеї, ставити запитання іншим учасникам освітнього процесу. Максимальна кількість балів, яку може набрати студент за два змістові модулі, становить 40.

Здобувачам освіти може бути зараховано результати навчання, отримані у формальній, неформальній та/або інформальній освіті (професійні (фахові) курси/тренінги, громадянська освіта, онлайн-освіта, стажування). Процес зарахування регулюється [Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті ВНУ імені Лесі Українки](#). і рішенням науково-методичної комісії факультету (протокол № 7 від 03.02.2022 р.).

Студенти, які є членами наукових проблемних груп, авторами статей і тез, доповідачами на наукових конференціях, переможцями та активними учасниками фахових студентських олімпіад, мають право протягом семестру за кожен виконаний вид діяльності одноразово отримати додаткові бали до відповідного ОК, якщо здійснена активність здобувачів відповідає профілю курсу. У цьому випадку студент інформує викладача/ів про

свої здобутки. Викладач має право самостійно визначити валідність, заявлених студентом отриманих результатів та приймає рішення щодо зарахування або незарахування таких балів:

–3 бали – за результативну роботу у студентській проблемній групі (систематичне відвідування, обговорення), публікацію тез (підготовку матеріалів конференції) або виступ/и на конференції/ях без публікації/й, участь у I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;

–5 балів – за публікацію статті/ей у збірнику студентських наукових праць, перемога у I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;

–10 балів – за публікацію статті (статей) у збірнику наукових праць, що входить до категорії Б, або призове місце на II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;

–15 балів – за перше місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади.

За умови представлення здобувачами освіти документів (сертифікатів, свідоцтв тощо), що засвідчують отримані результати та відповідають тематиці, обсягу та результатам навчання, які співпадають з ПРН ОК, здобувачі мають право одноразово отримати додаткові бали до семестрового оцінювання однієї дисципліни:

–10 балів при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, мінімальною тривалістю 3 тижні/обсягом один кредит (30 годин); або який складається мінімум з трьох модулів і завершується тестом/тестами із зазначенням набраних балів не нижче 80% правильних відповідей.

–5 балів при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, мінімальною тривалістю 3 тижні/обсягом один кредит (30 годин); складається мінімум з трьох модулів і завершується тестом/тестами із зазначенням набраних балів не менше набраних 60% правильних відповідей.

–1 бал при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, без складання тесту, тривалістю від 1 до 3 годин. Одному здобувачеві може бути зараховано не більше як три таких сертифікати, сумарною кількістю – три бали під час оцінювання однієї ОК.

Підтвердження подається здобувачем освіти викладачеві ОК не пізніше ніж за 10 днів до дати останнього заняття з дисципліни. При цьому студент у встановлені терміни подає заяву на ім'я проректора та долучає усі необхідні документи до розгляду. Матеріали розглядаються на засіданні Предметної комісії, створеної розпорядженням декана факультету відповідно до схвальної резолюції проректора з навчальної роботи та рекрутації з урахуванням Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті ВНУ імені Лесі України.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Студенти, які здають роботи із порушенням термінів без поважних причин, отримують нижчу оцінку. Якщо студент був відсутній на занятті з поважної причини, то він має право написати тест в позаурочний час, а також підготувати презентацію по темі, що вивчалася.

У разі отримання незадовільної оцінки під час складання заліку студенту надається можливість повторного складання заліку в терміни, визначені розкладом залікової сесії.

Студент, який навчається з елементами дуальної освіти, повинен чітко дотримуватися індивідуального плану відповідно [до Положення про підготовку студентів у ВНУ імені Лесі України з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти.](#)

Процедура оскарження результатів контрольних заходів. Студенти мають можливість порушити будь-яке питання, яке стосується процедури проведення чи оцінювання контрольних заходів та очікувати, що воно буде розглянуто згідно з наперед визначеними процедурами у ЗВО (див. [Положення про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ВНУ імені Лесі України](#), пункт 5 «ВРЕГУЛЮВАННЯ КОНФЛІКТІВ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ»).

Політика щодо академічної доброчесності. Під час навчання, викладання та провадження наукової діяльності учасники освітнього процесу повинні керуватися

правилами, визначеними законом, дотримуватися навчальної етики та академічної доброчесності. Учасники процесу навчання мають дотримуватися часових меж та лімітів навчального процесу, а також толерантно ставитися до інших. З метою забезпечення довіри до результатів навчання суворо забороняється списувати під час контрольних робіт, тестів, заліку чи екзамену. Всі виконані студентом письмові роботи за наявності сумнівів в академічній доброчесності можуть бути перевірені за допомогою систем антиплагіату.

Дотримання академічної доброчесності, згідно [Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки передбачає:](#)

- самостійне виконання завдань поточного та підсумкового контролю (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);

- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Основні види відповідальності здобувачів освіти за порушення академічної доброчесності (ч.6 статті 42 Закону України «Про освіту»):

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);

- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;

- відрахування з університету;

- позбавлення академічної стипендії;

- позбавлення наданих університетом пільг з оплати навчання.

V. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль здійснюється лектором згідно з розкладом лекційних занять. Відсутність студента на підсумковому заліковому тесті оцінюється у «0» балів. Повторне складання залікового тесту можливе лише за умови підтвердження поважної причини відсутності студента відповідно до графіка, затвердженого кафедрою прикладної лінгвістики. Максимальна кількість балів за написання залікового тесту роботи складає 60.

Рівень знань студента за поточний і підсумковий контроль оцінюється в балах та фіксується в журналі. Підсумкова оцінка за національною шкалою заноситься в залікову відомість.

У випадку незадовільної підсумкової оцінки студент перескладає залік з навчальної дисципліни у період, визначений розкладом залікової сесії.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	
60–66	
1–59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література

1. Carl Sewell, Paul B. Brown. Customers For Life: How to Turn That One-Time Buyer Into a Lifetime Customer. Currency, 2002. 240 p.
2. Nir Eyal - Hooked: How to Build Habit-Forming Products. Portfolio, 2014. 254 p.
3. Людмила Саричева. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. Альпіна Паблішер, 2017. 440 с.
4. Michael A. Stelzner. Launch: How to Quickly Propel Your Business Beyond the Competition. Wiley, 2011. 272 p.
5. Adaso, H. Content Mapping: Unlocking the Power of Content to Increase Engagement, Leads and Sales. Independently published , 2020. 113 p.
6. Bly, R.W. The Copywriter's Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells. Holt Paperbacks, 2006. 432 p.
7. Schwartz, E. Product-Led SEO: The Why Behind Building Your Organic Growth Strategy. Houndstooth Press. 264 p.
8. Sethi, K.S. Digital Storytelling: The Rise of User-Generated Content. New Degree Press, 2021. 118 p.

Інтернет джерела:

1. Inbound Marketing. URL: <https://academy.hubspot.com/courses/inbound-marketing?library=true>
2. Social Media. URL: <https://academy.hubspot.com/courses/social-media?library=true>