

**МАРКЕТИНГ У ДИЗАЙНІ/  
MARKETING IN DESIGN**

**СИЛАБУС**

<b>освітній ступінь</b>	<b>бакалавр / <i>bachelor</i></b>
<b>галузь знань</b>	<b>02 Культура і мистецтво / <i>Culture and art</i></b>
<b>спеціальність</b>	<b>022 Дизайн / <i>Design</i></b>
<b>освітня програма</b>	<b>Дизайн / <i>Design</i></b>

**Київ 2024**

**1. МЕТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг у дизайні»** є формування теоретичних засад та організаційно-методичних основ функціонування системи маркетингу у дизайні, а також опануванні сучасних методик проведення аналізу ринку послуг суб'єктів дизайну, планування маркетингової діяльності та набуття практичних навичок реалізації планів маркетингу суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини, що базується на взаємодії аналітичної, виробничої та рекламної діяльності в дизайні.

Викладення дисципліни спрямоване на здобуття і засвоєння студентами знань щодо теоретичних положень та практичних вмінь і навичок у сфері маркетингу у дизайні, спрямованих на забезпечення їх ефективного функціонування та формування конкурентних переваг шляхом найбільш повного задоволення потреб споживачів (замовників) послуг дизайну.

Методика викладання дисципліни заснована на поєднанні лекцій і практичних тренінгових занять, що передбачають виконання ситуаційних та індивідуальних завдань, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, підготовку доповідей та їх презентацію, а також самостійну роботу студентів та консультації.

**Завданнями** вивчення дисципліни «Маркетинг у дизайні» є теоретична та практична підготовка студентів із питань:

- вивчення основних теоретичних та методологічних основ маркетингу у дизайні;
- розуміння сутності сучасної концепції маркетингу у дизайні,
- тенденцій формування та розвитку маркетингового середовища у дизайн-індустрії; елементів макро-, мікросередовища маркетингу у дизайні;
- розуміння сутності ринку послуг дизайну та особливостей сегментування ринку послуг суб'єктів дизайну;
- організації та здійснення маркетингових досліджень у сфері дизайну;
- маркетингової сутності споживчої поведінки та типології замовників у сфері дизайну;
- впливу макро та мікросередовища маркетингу на продуктову політику суб'єктів у сфері дизайну;
- впровадження дизайн-мислення при формуванні продуктового дизайну;
- розроблення комплексу маркетингових заходів у формуванні ціни у сфері дизайну;

- формування внутрішньої та зовнішньої системи маркетингових комунікацій у дизайні;
- визначення інструментарію рекламної політики та PR-технологій у дизайні;
- застосування Digital-технологій у реалізації послуг дизайну;
- брендингу та айдентики в маркетинговій діяльності у сфері дизайну;
- управління маркетинговою діяльністю у сфері дизайну.

**Предметом** дисципліни є формування у майбутніх фахівців професійного світогляду на маркетинг у дизайні, формування системного мислення з урахуванням галузевої специфіки та особливостей управлінської праці.

## 2. ФАХОВІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисципліна «Маркетинг у дизайні» як обов'язкова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньо-професійною програмою:

### Освітня програма 022 «Дизайн»

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
<b>4</b>	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	1-15
<b>5</b>	Здатність працювати в команді.	1-15
<b>6</b>	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	3-15
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою</i>		
<b>11</b>	Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.	1-15
<b>12</b>	Здатність аналізувати результати діяльності суб'єктів господарювання у сфері дизайну, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища	3-15
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
<b>2</b>	Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного	1-15

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення	
<b>5</b>	Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності	3-7
<b>8</b>	Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію	3-13
<b>19</b>	Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.	3,5-7
20	<i>Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайн-діяльності, застосовувати управлінські та економічні методи</i>	1-15

### 3. КОРОТКИЙ ОПИС ЗМІСТУ ДИСЦИПЛІНИ

Сутність маркетингу у дизайн-діяльності. Маркетингові концепції у дизайн-діяльності. Маркетингове середовище дизайн-діяльності. Сегментування ринку послуг суб'єктів дизайну. Маркетингові дослідження дизайн-діяльності. Поведінка споживача послуг суб'єктів дизайну. Маркетингова товарна політика у дизайн-діяльності. Маркетинговий фрейм дизайн продукту. Маркетингова цінова політика у дизайн-діяльності. Маркетингова комунікаційна політика у дизайн-діяльності. Рекламна політика та PR-технології у дизайні. Digital-технології у реалізації послуг дизайну. Маркетингові технології брендингу у дизайн-діяльності. Планування маркетингової діяльності у дизайні. Контроль та аудит маркетингової діяльності у дизайні

Детальна інформація щодо змісту тем дисципліни подана у Програмі та Робочій програмі дисципліни, яка є доступною на платформі Moodle (дистанційне навчання)

## 5. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Всього годин / кредитів	з них			
		Лекції	Семінарські (практичні) заняття/ модульний контроль	Самостійна робота студентів	
Тема 1. Сутність маркетингу у дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 2. Маркетингові концепції у дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 3. Маркетингове середовище дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 4. Сегментування ринку послуг суб'єктів дизайну	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 5. Маркетингові дослідження дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 6. Поведінка споживача послуг суб'єктів дизайну	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 7. Маркетингова товарна політика у дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 8. Маркетинговий фрейм дизайн продукту	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 9. Маркетингова цінова політика у дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 10. Маркетингова комунікаційна політика у дизайн- діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 11. Рекламна політика та PR- технології у дизайні	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 12. Digital-технології у реалізації послуг дизайну	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 13. Маркетингові технології брендингу у дизайн-діяльності	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 14. Планування маркетингової діяльності у дизайні	12	2	2	8	Т, О, Д, ВЗ, М
Тема 15. Контроль та аудит маркетингової діяльності у дизайні	12	2	2	8	Т, О, П, ВЗ, М
<i>Всього</i>	180	30	30	120	Екзамен
Підсумковий контроль – письмовий екзамен					

Т – тестування, О – опитування, Д – есе, ВЗ – вирішення завдань, П - презентація, М - модерація

## 6. МОВА НАВЧАННЯ ТА ВИКЛАДАННЯ. Українська.

### 7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Вид робіт	Тема 1.	Тема 2.	Тема 3.	Тема 4.	Тема 5.	Тема 6.	Тема 7.	Тема 8.	Тема 9.	Тема 10.	Тема 11.	Тема 12.	Тема 13.	Тема 14.	Тема 15.	Разом балів
Аудиторні (1)	<i>Кількість балів</i>															
	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	40
	<p><i>Оцінювання кожного заняття здійснюється відповідно до складності матеріалу:</i></p> <p><b>Теми, що оцінюються у 2 бали:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Відповіді на запитання викладача та участь в обговоренні (1 бал).</li> <li>✓ Виконання індивідуальних або групових завдань на занятті (1 бал).</li> </ul> <p><b>Теми, що оцінюються у 3 бали:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Відповіді на запитання викладача та активна участь в обговоренні (1 бал).</li> <li>✓ Виконання індивідуальних або групових аналітичних завдань (1 бал).</li> <li>✓ Презентація результатів роботи або розбір кейсу (1 бал).</li> </ul>															
СРС (2)	<i>Кількість балів</i>															
	3	3	4	3	3	4	3	3	3	6	3	3	3	3	3	50
	<p><i>Оцінювання СРС залежить від складності завдання та ґрунтується на таких критеріях:</i></p> <p><b>Завдання, що оцінюються у 2 бали:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Завдання виконано у повному обсязі та відповідно до вимог (1 бал).</li> <li>✓ Якість аналізу, логічність висновків та оформлення роботи (1 бал).</li> </ul> <p><b>Завдання, що оцінюються у 3 бали:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Глибина аналізу та застосування теоретичних знань (1 бал).</li> <li>✓ Використання додаткових джерел або проведення власного дослідження (1 бал).</li> <li>✓ Структурованість викладу матеріалу, коректне оформлення (1 бал).</li> </ul>															
<b>Σ (1) та (2)</b>	6	6	7	6	6	6	6	5	5	9	5	6	6	6	5	<b>90</b>
<b>Наукова діяльність</b>																<b>10</b>
<b>Поточний контроль (за всіма видами робіт):</b>																<b>100</b>

### **Загальні правила:**

- ✓ Максимальний бал за аудиторну та самостійну роботу визначається сумарно за всі заняття.
- ✓ Всі завдання з дисципліни будуть розміщені на всіх платформах дисципліни: MOODLE, Google Class та месенжері групи.
- ✓ Студент може отримати додаткові бали за участь у науково-дослідній діяльності, що стосується тематики маркетингу. Додаткові бали можуть бути нараховані за публікацію тез наукової конференції, наукової статті, доповідь на конференції та участь у студентському науковому конкурсі

### **Письмовий екзамен: 100 балів**

За тиждень до початку екзамену студенти будуть ознайомлені із структурою білета та правилами проведення екзамену.

Відповідь на екзамені оцінюється за 100-бальною шкалою: 90–100 балів – “відмінно”, 75–89 – “добре”, 59–74 – “задовільно”, менше 59 – “незадовільно”. Детальні критерії оцінювання кожного завдання викладені в білеті.

### **Підсумкова оцінка: 100 балів**

визначається як середньоарифметична сума балів поточного контролю та екзамену

**8. ВІДВІДУВАННЯ ЗАНЯТЬ.** Відвідування занять для всіх студентів є обов'язковим.

**9. ВІДПРАЦЮВАННЯ ПРОПУЩЕНИХ ЗАНЯТЬ.** Студент, який пропустив практичне заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними в силабусі джерелами, виконує завдання і надсилає результат викладачу на електронну пошту. За умови неповажної причини пропуску заняття, оцінка за завдання буде знижена.

**10. ДОПУСК ДО ЕКЗАМЕНУ.** Відповідно до «[Положення про організацію освітнього процесу студентів](#)» усі студенти допускаються до складання екзамену.

**11. ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ** викладена на сайті ДТЕУ:

[«Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами освіти](#)

**12. ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ТА ІНШІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ/ЗАСОБИ.**

1. Маркетинг : навч. посіб / [Р.І. Буряк та ін. ; за ред. Збарського В.К.]. - Вид. 2- ге, перероб. та допов. - Київ : НУБіП, 2023. - 637 с.
2. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник/ за заг. ред. Н.Є. Летуновської, Л.М. Хоменко. - Суми : Сум. держ. ун-т, 2021. - 258 с.
3. Нетепчук В.В. Маркетинг у дизайн-бізнесі: Навч. посібник. – Рівне: НУВГП, 2014. – 158 с.

4. Сафронова О.О. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. для студентів спец. 022 Дизайн / О.О. Сафронова; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ : КНУТД, 2019. - 207 с.
5. Янковець, Т.М. Технології цифрового маркетингу : підручник / Т.М. Янковець.  
- Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. - 260 с.

### **13.ВИКЛАДАЧ.**



**Салімон Ольга Миколаївна**

**к.е.н., доцент,**

**доцент кафедри  
менеджменту готельно-  
ресторанного бізнесу**

**E-mail: o.salimon@knute.edu.ua**