

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська національна академія харчових технологій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг ігрової індустрії та додатків

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг; Реклама та зв'язки з громадськістю;

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 академії

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеської національної академії харчових технологій

РОЗРОБНИК (розробники): Голубьонкова О.О., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, доцент, кандидат економічних наук

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

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:	6
2.1	Програма змістовних модулів	6
2.2	Теми практичних занять	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	7
3	Критерії оцінювання результатів навчання	7
4	Інформаційне забезпечення	8

Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни «Маркетинг ігрової індустрії та додатків» – показ місця та ролі маркетингу у розвитку індустрії комп'ютерних ігор та додатків, виховання ставлення до організації маркетингу ігрової індустрії та додатків як до серйозного складного мистецтва, а також наукового обґрунтування розробки комплексу маркетингу комп'ютерних ігор та додатків і підвищення його ефективності.

Основним завданням вивчення дисципліни «Маркетинг ігрової індустрії та додатків» є навчання студентів відповідним засобам і навичкам маркетингової діяльності у сфері цифрових продуктів за такими напрямками: розробка маркетингового плану та бюджету рекламної кампанії, знання психологічних основ поведінки споживачів, використання сучасних методів дослідження ринку, монетизації, просування та оцінки ефективності.

Згідно з вимогами освітньої програми в результаті вивчення дисципліни «Маркетинг ігрової індустрії та додатків» студент повинен:

Знати:

- сутність та особливості маркетингової діяльності у сфері ігор та додатків,
- методи дослідження ринку комп'ютерних ігор та додатків,
- методи монетизації комп'ютерних ігор та додатків,
- сучасні методи просування комп'ютерних ігор та додатків,
- методи оцінки ефективності маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.

Вміти:

- класифікувати комп'ютерні ігри та додатки,
- досліджувати, споживачів, конкурентів на ринку комп'ютерних ігор та додатків,
- проводити сегментування та позиціонування комп'ютерних ігор та додатків,
- складати план монетизації комп'ютерних ігор та додатків,
- обирати оптимальні канали розподілу комп'ютерних ігор та додатків,
- розробляти стратегію просування комп'ютерних ігор та додатків,
- оцінювати ефективність маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг ігрової індустрії та додатків» здобувач вищої освіти отримує програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти України зі спеціальності 075 Маркетинг](#) та освітньо-професійних програмах [Маркетинг, Реклама та зв'язки з громадськістю](#) підготовки бакалаврів.

Загальні компетентності:

- | | |
|-----|----------------------------------------------------------------------------|
| ЗК3 | Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу |
| ЗК9 | Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій |
| | Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: |
| СК5 | Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу |
| СК6 | Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах |

маркетингової діяльності

СК7 Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів

Програмні результати навчання:

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

1.3. Міждисциплінарні зв'язки

Вивчається після дисциплін – Психологія, Маркетинг, Історія маркетингу і реклами; передуює вивченню дисциплін – Стратегія та планування маркетингу, Маркетингові комунікації.

1.4. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Кількість кредитів ECTS- 3, годин - 90

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	30	20	10
заочна	14	8	6
Самостійна робота, годин	Денна -60		Заочна - 76

Форма підсумкового контролю - диференційований залік.

2. Зміст дисципліни

2.1 Програма змістовних модулів

Змістовний модуль 1: Маркетинг ігрової індустрії та додатків.

№ теми	Зміст теми	Денна	Заочна
1.	Поняття та сутність маркетингу комп'ютерних ігор та додатків. Історія створення комп'ютерних ігор. Особливості створення комп'ютерних ігор та додатків. Роль та завдання маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.	2	1
2.	Особливості комп'ютерних ігор та додатків як товару. Класифікація комп'ютерних ігор та додатків.	2	1
3.	Дослідження в маркетингу комп'ютерних ігор та додатків. Методи дослідження споживачів, конкурентів, інфраструктури. Сегментування та позиціонування комп'ютерних ігор та додатків.	4	1
4.	Монетизація комп'ютерних ігор та додатків. За що сплачують споживачі. Реклама, мікротранзакції, підписка, спонсорство, краудфандинг, комбінована модель монетизації.	4	1
5.	Канали розподілу комп'ютерних ігор та додатків: власні, придбані, заслужені. Apple AppStore, Google Play, Amazon, Microsoft, Handango (PocketGear), GetJar, F-Droid, SlideME, Appoke	4	2
6.	Методи просування комп'ютерних ігор та додатків. Стратегії просування: ATL, BTL, TTL. Канали залучення споживачів.	2	1
7.	Оцінка ефективності маркетингу комп'ютерних ігор та додатків. Парадигма Trinity. Показники ефективності. Ключові метрики: залученість у гру, утримання, монетизація, залучення нових користувачів. Кіберспорт.	2	1
	Разом	20	8

2.2 Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Денна	Заочна
1	Поняття та сутність маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.	сам-но	сам-но
2	Особливості комп'ютерних ігор та додатків як товару.	1	1
3	Дослідження в маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.	1	1
4	Монетизація комп'ютерних ігор та додатків.	2	1
5	Канали розподілу комп'ютерних ігор та додатків: власні, придбані, заслужені.	2	1
6	Методи просування комп'ютерних ігор та додатків.	2	1
7	Оцінка ефективності маркетингу комп'ютерних ігор та додатків.	2	1
	Разом	10	6

2.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	20	30
2.	Підготовка до практичних занять	20	34
3.	Виконання індивідуального завдання	20	20
4.	Підготовка до складання заліку	20	20
Разом з дисципліни		80	104

Індивідуальне науково-дослідне завдання «План маркетингової діяльності _____ (ігри/дodatка)» студенти виконують у вигляді есе.

Структура індивідуального завдання:

1. Характеристика ігри/дodatка, його унікальні властивості
2. Характеристика цільової аудиторії, конкурентів
3. План монетизації
4. Канали розподілу.
5. Стратегія просування
6. Прогноз ефективності.

3 Критерії оцінювання результатів навчання Нарахування балів за виконання змістових модулів

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання						
			денна			заочна			
	min д/з	max д/з	Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали		Кільк. робіт, одиниць	Сумарні бали		
2	3	4		min	max		5	6	7
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Змістовий модуль 1. Рекламна діяльність									
Робота на лекціях	0,5	1	10	5	10	4	2	4	
Робота на практичних заняттях	1	1,5	10	10	15	4	4	6	
Поточні контрольні роботи	5	8	2	10	16	2	10	16	
Виконання індивідуальних завдань	15	19	1	15	19	1	15	19	
Проміжна сума				40	60		31	45	
Модульний контроль у поточному семестрі			1	20	40	1	29	55	
Оцінка за змістовий модуль 1				60	100		60	100	
Можливість отримання додаткових балів									
Рейтинг за творчі здобутки студентів (у тому числі результатів неформальної освіти)	0	10	–	0	10	–	0	10	

4. Інформаційне забезпечення

1. Маркетинг ігор та з чим його їдять / Хабрахабр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/companу/miip/blog/317398/>.
2. КРІ в іграх: Які метрики необхідно вимірювати ігровому дизайнеру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dtf.ru/205-games-kpi/>.
3. КРІ-підхід: метрики та стадії ігрового проекту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dtf.ru/5414-kpi-podhod-metriki-i-stadii-igrovogo-proekta/>.
4. Глобальна карта трафіку, використання каналу завантаження / Steam. 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://store.steampowered.com/stats/content/>.
5. Зріз глобальної статистики користувачів / Steam. 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://store.steampowered.com/hwsurvey/>. —
6. Статистичний сервіс SuperData Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.superdataresearch.com>
7. Фонд літератури навчально-методичного кабінету кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ, ауд. А-328.
8. Фонд літератури науково-технічної бібліотеки ОНАХТ, ауд. А-230: <http://www.library.onaft.edu.ua/>