



Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітня програма «Підприємництво, торгівля та біржова»

Рік навчання 4, семестр 8

Форма навчання денна/заочна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401

ariabchuk@gmail.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2966>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою дисципліни «Маркетинг» є вивчення та оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо сутності та змісту маркетингу як сучасної філософії підприємницької діяльності; застосування, використання засобів та елементів комплексу маркетингу; організації, планування, здійснення управління маркетинговою діяльністю підприємства з метою ефективного їх функціонування в умовах ринкової економіки.

Завдання дисципліни полягають в отриманні студентами знань в сфері маркетингової діяльності; вивчення основних категорій маркетингу; набуття практичних навичок щодо організації маркетингової діяльності підприємства на товарному ринку, проведення маркетингових досліджень, здійснення оцінки асортименту продукції на підприємстві, ціноутворення, формування та управління каналами розподілу, застосування усних та письмових комунікацій для ефективного продажу товарів (послуг) на ринку з метою задоволення потреб споживачів, отримання прибутку та подальшого розвитку.

СТРУКТУРА КУРСУ

| Тема | Години (лекції/ практичні, семінарські) | Результати навчання | Завдання | Оцінювання |
|--|--|---|---|------------|
| 8 семестр | | | | |
| Модуль 1 | | | | |
| Тема 1. Вступ до маркетингу | 2/4 | Знати: основні поняття та види маркетингу. Вміти: встановлювати завдання маркетингу. Аналізувати: комплекс маркетингу. Розуміти: принципи маркетингової діяльності. Розрізняти: функції маркетингу. Застосовувати: концепції маркетингу на практиці. Використовувати: принципи маркетингової діяльності на практиці. | Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 5 |
| Тема 2. Система маркетингових досліджень | 2/4 | Знати: основні поняття маркетингових досліджень. Вміти: розробляти план та проводити маркетингові дослідження. Аналізувати: маркетингову інформацію. Розуміти: види і типи маркетингових досліджень. | Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної | 10 |

| | | | | |
|--|-----|---|--|-----------|
| | | <p>Розрізняти: переваги проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Застосовувати: методи збору інформації.</p> <p>Використовувати: методи аналізу інформації.</p> | роботи (в.т.ч. в elearn). | |
| Тема 3. Комплексне дослідження ринку | 2/4 | <p>Знати: основні поняття комплексного дослідження ринку.</p> <p>Вміти: визначати сегменти ринку, здійснювати позиціонування товару на ринку.</p> <p>Аналізувати: маркетингове середовище та поведінку споживачів.</p> <p>Розуміти: поведінку споживачів на ринку.</p> <p>Розрізняти: сегменти ринку і поведінку споживачів різних сегментів.</p> <p>Застосовувати: методи аналізу маркетингового середовища.</p> <p>Використовувати: критерії здійснення сегментації.</p> | Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 10 |
| Тема 4. Організація і управління маркетинговою діяльністю | 2/4 | <p>Знати: загальні поняття організації і управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>Вміти: здійснювати планування маркетингової діяльності, розробляти стратегії маркетингу.</p> <p>Аналізувати: маркетингову діяльність.</p> <p>Розуміти: стратегії маркетингу.</p> <p>Розрізняти: служби маркетингу.</p> <p>Застосовувати: методи контролю і аналізу маркетингової діяльності.</p> <p>Використовувати: показники оцінки ефективності маркетингової діяльності.</p> | Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 10 |
| Модуль 2 | | | | |
| Тема 1. Маркетингова товарна політика | 2/4 | <p>Знати: основні поняття маркетингової товарної політики.</p> <p>Вміти: визначати конкурентоспроможність товарів, формувати асортимент товарів.</p> <p>Аналізувати: асортимент продукції.</p> <p>Розуміти: завдання маркетингової товарної політики та процес створення товарів.</p> <p>Розрізняти: етапи життєвого циклу товару.</p> <p>Застосовувати: методи визначення конкурентоспроможності товарів.</p> <p>Використовувати: методи оціни асортименту товарів.</p> | Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 10 |
| Тема 2. Маркетингова цінова політика | 2/4 | <p>Знати: основні поняття та положення маркетингової цінової політики.</p> <p>Вміти: розробляти маркетингові цінові стратегії та формувати ціну.</p> <p>Аналізувати: маркетингову цінову політику і чинники, що впливають на ціну товару.</p> <p>Розуміти: методи і процес ціноутворення.</p> <p>Розрізняти: маркетингові цінові стратегії.</p> <p>Застосовувати: методи ціноутворення.</p> <p>Використовувати: принципи формування цінових стратегій.</p> | Здача практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок | 5 |

| | | | | |
|--|-----|--|---|------------|
| Тема 3. Маркетингова комунікаційна політика | 2/4 | <p>Знати: загальні поняття маркетингової комунікаційної політики, уміння спілкуватись усно і письмово на діловому рівні.</p> <p>Вміти: розробляти комунікаційну кампанію.</p> <p>Аналізувати: фактори впливу на формування маркетингових комунікацій.</p> <p>Розуміти: особливості засобів маркетингових комунікацій.</p> <p>Розрізняти: дію і вплив засобів маркетингових комунікацій.</p> <p>Застосовувати: методи формування бюджету на маркетингову комунікаційну діяльність.</p> <p>Використовувати: методи аналізу та оцінки засобів маркетингових комунікацій.</p> | задач. Задача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 10 |
| Тема 4. Маркетингова політика розподілу | 1/2 | <p>Знати: основні поняття маркетингової політики розподілу.</p> <p>Вміти: формувати систему розподілу.</p> <p>Аналізувати: торговельних посередників.</p> <p>Розуміти: канали збуту продукції, їх функції.</p> <p>Розрізняти: особливості каналів розподілу, посередників, вертикальні маркетингові системи розподілу.</p> <p>Застосовувати: рекомендації до формування системи розподілу.</p> <p>Використовувати: методи управління каналами розподілу.</p> | Задача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). | 10 |
| Навчальна робота | | | | 70 |
| Екзамен | | | | 30 |
| Всього за курс | | | | 100 |

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

| | |
|---|---|
| Політика щодо дедлайнів та перекладання: | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перекладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин. |
| Політика щодо академічної доброчесності: | Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). |
| Політика щодо відвідування: | Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету) |

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

| Рейтинг здобувача вищої освіти, бали | Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків | |
|--------------------------------------|--|---------------|
| | екзаменів | заліків |
| 90-100 | відмінно | зараховано |
| 74-89 | добре | |
| 60-73 | задовільно | |
| 0-59 | незадовільно | не зараховано |