



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

« Маркетинг »

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна (денна, заочна)

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Барилевич Олена Михайлівна

elena.barilovic@gmail.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2187>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

У курсі висвітлені базові поняття маркетингу, охарактеризовані складові комплексу маркетингу, показано суть та етапи проведення маркетингового дослідження, наведені особливості управління маркетингом та планування маркетингової діяльності підприємства.

Метою дисципліни є: формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Завдання дисципліни: вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти знатимуть:

- систему, концепції, процес, функції, типи маркетингу;
- складові маркетингового середовища діяльності підприємства;
- категорії покупців на різних видах ринку, процес прийняття рішення про купівлю товару;
- сутність сегмента ринку, кінцеву мету здійснення сегментації;
- сутність маркетингової стратегії продукту та її складові, основні етапи створення товару-новинки та можливий ризик, пов'язаний з її виходом на ринок;
- місце ціни у маркетинговій діяльності підприємства та можливість застосування цінового методу конкурентної боротьби;
- роль комунікаційної політики у досягненні мети підприємства та її місце у маркетинговій діяльності;
- сутність політики розподілу, її складові та функції в процесі здійснення маркетингової діяльності.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
6 семестр				
Модуль 1				
<i>СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ</i>				
Тема1 Сутність маркетингу та його сучасна концепція	1/2	Розуміти сутність маркетингу; Знати основні поняття та концепції розвитку маркетингу	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, есе.	11
Тема 2. Класифікація та характеристики маркетингу	1/2	Розрізнити види маркетингу; Знати принципи та функції маркетингу	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, есе.	11
Тема 3. Система маркетингу та маркетингове середовище	1/2	Знати структуру системи маркетингу; Розрізнити складові маркетингового середовища	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, есе.	11
Тема 4. Маркетингові дослідження.	2/2	Розрізнити види маркетингової інформації. Знати методiku проведення маркетингового дослідження. Уміти складати анкету	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Виконання індивідуальної роботи. Написання тестів, есе.	15
Тема 5. Сегментація ринку та позиціонування товару.	2/2	Знати чинники та критерії сегментації споживчого та промислового ринку. Уміти здійснювати сегментацію ринку та обирати цільовий сегмент	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, есе.	11
Тема 6. Управління	1/2	Розуміти організаційну	Виконання практичної,	11

маркетингом. Організація і контроль маркетингової діяльності.		побудову служб маркетингу. Знати типи маркетингового контролю. Уміти оцінювати конкурентоспроможність підприємства	самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	
Всього за навчальну роботу 1 модуля				70
Модульний тест 1				30
Всього за 1 модуль				100
Модуль 2				
СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ				
Тема 7. Маркетингова товарна політика	2/4	Знати класифікації товарів. Розрізняти товарну номенклатуру та асортимент. Знати складові конкурентоспроможності товару. Вміти аналізувати життєвий цикл товарів та етапи розробки	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	13
Тема 8. Маркетингова цінова політика	2/4	Розуміти структуру ціни. Знати методи, стратегії ціноутворення, види цінової політики підприємства. Використовувати методику ціноутворення для розрахунку ціни на товар	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	13
Тема 9. Маркетингова політика розподілу.	1/4	Знати суть, види та функції каналів розподілу. Розрізняти види посередників. Знати базові поняття маркетинг-логістики	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	13
Тема 10. Маркетингова політика комунікацій.	1/4	Аналізувати схему маркетингової комунікації підприємства. Розрізняти складові комплексу маркетингових комунікацій. Розуміти концепцію брендингу для формування іміджу підприємства	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Виконання індивідуальної роботи. Написання тестів, ессе.	18
Тема 11. План маркетингу підприємства.	1/2	Знати різновиди планів маркетингу. Розуміти принципи розробки ефективного маркетингового	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn),	13

		плану.	підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	
Всього за навчальну роботу 2 модуля				70
Модульний тест 2				30
Всього за 2 модуль				100
Всього за семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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