



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

### « Маркетинг »

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **071 «Облік і оподаткування»**

Освітня програма «**Аналітичне і обліково-правове забезпечення бізнесу**»

Рік навчання 3, семестр 5

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**

---

**obarylovych@nubip.edu.ua**

**<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.

### **Набуття компетентностей:**

**Інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в процесі професійної діяльності на основі обліково-правового забезпечення, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки і характеризується комплексністю й невизначеністю умов.

#### **- загальні компетентності (ЗК):**

- ЗК 1. Здатність вчитися та бути готовим до засвоєння та застосування набутих знань.

- ЗК 2. Здатність до аналізу та синтезу як інструментарію виявлення проблем та прийняття рішень для їх розв'язання

- на основі логічних аргументів та перевірених фактів.

- ЗК 3. Здатність працювати самостійно та в команді з урахуванням вимог професійної дисципліни, планування та управління часом.

- ЗК 4. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

- ЗК 5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

- ЗК 6. Здатність бути критичним та самокритичним.

- ЗК7. Здатність до гнучкого мислення та компетентного застосування набутих знань в професійній діяльності.

- ЗК 8. Здатність спілкуватися державною та іноземними мовами як усно, так і письмово.

- ЗК 9. Навички використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій.

- ЗК 11. Здатність презентувати результати проведених досліджень.

- ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

- ЗК 13. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

- ЗК 14. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного) демократичного суспільства, верховенство права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

- ЗК 15. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя

- **фахові (спеціальні) компетенції (ФК):**

СК 8. Здатність застосовувати та формувати інформаційну підтримку управління підприємством з використанням сучасного технічного та методичного інструментарію.

**Програмні результати навчання:**

ПРН 1. Демонструвати базові знання та розуміння економічних категорій, законів, причинно-наслідкових та функціональних зв'язків, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.

ПРН 4. Формувати й аналізувати фінансову, управлінську, податкову і статистичну звітність підприємств, установ, організацій та інтерпретувати отриману інформацію для прийняття управлінських рішень.

ПРН 8. Обґрунтовувати ефективність прийняття рішення з використанням обліково-аналітичної інформації та розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством.

ПРН 10. Визначати напрями підвищення ефективності формування фінансових ресурсів, їх розподілу та контролю використання на рівні держави та підприємств різних організаційно-правових форм власності.

ПРН 12. Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння його ринкового позиціонування.

ПРН 14. Демонструвати навички володіння загальнонауковими та спеціальними методами дослідження економічних явищ і процесів на підприємстві.

ПРН 16. Вміти працювати як самостійно, так і в команді. Проявляти самостійність і відповідальність у роботі, професійну повагу до етичних принципів, демонструвати повагу до індивідуального та культурного різноманіття.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
<b>6 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
<b>СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>				
<b>Тема 1</b> Сутність маркетингу та його сучасна концепція	<b>2/2</b>	Розуміти сутність маркетингу; Знати основні поняття та концепції розвитку маркетингу	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації.	<b>11</b>
<b>Тема 2.</b> Класифікація та характеристики маркетингу	<b>2/2</b>	Розрізняти види маркетингу; Знати принципи та функції маркетингу	Написання тестів, ессе.	<b>11</b>
<b>Тема 3.</b> Система	<b>2/2</b>	Знати структуру системи маркетингу;		<b>12</b>

маркетингу та маркетингове середовище		Розрізняти складові маркетингового середовища		
<b>Тема 4.</b> Маркетингові дослідження.	<b>2/2</b>	Розрізняти види маркетингової інформації. Знати методику проведення маркетингового дослідження. Уміти скласти анкету		<b>12</b>
<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку та позиціонування товару.	<b>2/2</b>	Знати чинники та критерії сегментації споживчого та промислового ринку. Уміти здійснювати сегментацію ринку та обирати цільовий сегмент		<b>12</b>
<b>Тема 6.</b> Управління маркетингом. Організація і контроль маркетингової діяльності.	<b>2/2</b>	Розуміти організаційну побудову служб маркетингу. Знати типи маркетингового контролю. Уміти оцінювати конкурентоспроможність підприємства		<b>12</b>
Всього за навчальну роботу 1 модуля				<b>70</b>
Модульний тест 1				<b>30</b>
Всього за 1 модуль				<b>100</b>
<b>Модуль 2</b>				
<b>СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ</b>				
<b>Тема 7.</b> Маркетингова товарна політика	<b>4/4</b>	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.	<b>14</b>
<b>Тема 8.</b> Маркетингова цінова політика	<b>4/4</b>	Розуміти структуру ціни. Знати методи, стратегії ціноутворення, види цінової політики підприємства.		<b>14</b>
<b>Тема 9.</b> Маркетингова політика розподілу.	<b>4/4</b>	Використовувати методику ціноутворення для розрахунку ціни на товар		<b>14</b>
<b>Тема 10.</b> Маркетингова політика комунікацій.	<b>4/4</b>	Знати суть, види та функції каналів розподілу. Розрізняти види посередників.		<b>14</b>
<b>Тема 11.</b> План маркетингу підприємства.	<b>2/2</b>	Знати базові поняття маркетинг-логістики		<b>14</b>

		Аналізувати схему маркетингової комунікації підприємства. Розрізняти складові комплексу маркетингових комунікацій. Розуміти концепцію брендингу для формування іміджу підприємства Знати різновиди планів маркетингу. Розуміти принципи розробки ефективного маркетингового плану.		
Всього за навчальну роботу 2 модуля				<b>70</b>
Модульний тест 2				<b>30</b>
Всього за 2 модуль				<b>100</b>
<b>Всього за семестр</b>				<b>70</b>
<b>Екзамен</b>				<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>				<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	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).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	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
<b>Політика щодо відвідування:</b>	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

# РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

## Рекомендована література

1. Маркетинг : підручник для студентів економічних спец. закладів вищої освіти / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; за ред. Р. І. Буряка, В. К. Збарського. К. : ЦП "Компринт", 2019. 783 с.
2. Маркетинг: навчально-методичний посібник для напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" / С. І. Чеботар та ін.; Національний університет біоресурсів і природокористування України. Суми: ТОВ "Друкарський дім "Папірус", 2014. 274 с.

## Інформаційні ресурси:

1. Національний університет біоресурсів і природокористування України : веб-сайт. URL: <https://nubip.edu.ua/>
2. Міністерство освіти і науки України : веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
3. Журнал «Маркетинг в Україні» : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua>
4. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій» : веб-сайт. URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
5. Журнал "Компаньйон: веб-сайт. URL: <http://www.companion.ua/>
6. Національна бібліотека України ім. Вернадського : веб-сайт. URL: [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
7. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua>