



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг»

Ступінь вищої освіти -	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Маркетинг
Рік навчання	3, семестр 6
Форма навчання	денна
Кількість кредитів ЄКТС	5
Мова викладання	українська

Лектор курсу

К.е.н, доцент Бабічева Олена Іванівна

Контактна інформація
лектора (e-mail)

навчальний корпус № 10, кімната 401
helenmark@ukr.net +380936778087

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3020>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни: формування у студентів наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності компанії.

Завданнями дисципліни є : набуття студентами системи знань з теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу; маркетингових досліджень; потреб та попиту; сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементів комплексу маркетингу; забезпечити засвоєння студентами методичного інструментарію маркетингу, оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо маркетингу, забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств; навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практ.)	Результати навчання	Завдання	Оціню вання
Модуль 1				
Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій	2/4	Знати сутність, цілі, принципи та функції, задачі та проблеми маркетингу. Розрізняти особливості концепцій маркетингу	Опитування, вирішення ситуаційних завдань	10
Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система	2/2	Знати: сутність, склад, характеристика маркетингового середовища. Вміти проводити PEST-аналіз, визначити вагомість впливу факторів мікросередовища.	Опитування, Розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10

Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	2/4	Знати: склад та характеристики МІС, сутність, види та методи маркетингових досліджень. Вміти: – використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності; – обґрунтовувати і презентувати результати маркетингових досліджень	Розв’язок задач, розробка анкети, проведення опитування та обґрунтування пропозицій щодо вирішення конкретної маркетингової проблеми	30
Тема 4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів	4/4	Знати: цілі, сутність, етапи, критерії сегментації та умови її ефективності Вміти: аналізувати поведінку ринкових суб’єктів, сегментувати ринок і позиціонувати товари на ринку	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	20
Модульний контроль	10/14		Тестування	30
Разом за модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 5. Товар у комплексі маркетингу	4/2	Розуміти сутність, складові маркетингової товарної політики підприємства, рівні товару, товарні стратегії та їх зміни на різних етапах життєвого циклу Оволодіти методиками оцінки конкурентоспроможності товару, портфельного аналізу,	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	10
Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу	4/2	Знати сутність та цілі цінової політики в системі маркетингу підприємства, характеристики маркетингових цінових стратегій, взаємодії попиту, пропозиції і ринкової ціни. Оволодіти методами ціноутворення, управління цінами	Опитування, Розв’язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
Тема 7 Розповсюдження у комплексі маркетингу	4/4	Знати: сутність та функції каналів розподілу, завдання політики розподілу, принципи збутової логістики. Вміти визначити функції та повноваження торгового посередника, структуру каналу розподілу	Опитування, вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	
Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу	4/4	Знати теоретичні основи комунікаційних процесів в системі маркетингу, характеристики інструментів комплексу просування Розуміти особливості застосування інструментів просування	Виконання проектного завдання в малих групах, презентація результатів	30
Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю	4/4	Знати: сутність, завдання та функції управління маркетингом, організаційну побудову служби маркетингу. Вміти аналізувати ринкові можливості остей та розробляти	Опитування, Розв’язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10

		програми маркетингу. підприємств,		
Модульний контроль			Тестування	30
Разом за модулем 2	20/16			100
Екзамен				30
Всього за курс	30/30			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