



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

« Маркетинг »

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

Освітня програма «Фінанси і кредит»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна (денна, заочна)

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор курсу

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

Контактна інформація
лектора (e-mail)

obarylovych@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

<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 галузі фінансів, банківської справи та страхування в ході професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування окремих методів і положень фінансової науки та характеризується невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної та навчальної діяльності.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК2 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях,

ЗК3. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК7 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями,

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел,

ЗК9. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК10 Здатність працювати у команді,

ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК09. Здатність здійснювати ефективні комунікації.

Програмні результати навчання:

ПРО1. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причиннонаслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.

ПРО2. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем.

ПРО3. Визначати особливості функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
6 семестр				
Модуль 1				
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ				
Тема 1 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, ессе.	6
Тема 2. Класифікація та характеристики маркетингу	1/2	Розрізняти види маркетингу; Знати принципи та функції маркетингу		6
Тема 3. Система маркетингу та маркетингове середовище	1/2	Знати структуру системи маркетингу; Розрізняти складові маркетингового середовища		7
Тема 4. Маркетингові дослідження.	2/2	Розрізняти види маркетингової інформації. Знати методику проведення маркетингового дослідження. Уміти складати анкету		7
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		7
Тема 6. Управління маркетингом. Організація і контроль маркетингової діяльності.	1/2	Розуміти організаційну побудову служб маркетингу. Знати типи маркетингового контролю. Уміти оцінювати конкурентоспроможність підприємства		7
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 конкурентоспромож- ності товару. Вміти аналізувати життєвий цикл товарів та етапи розробки Розуміти структуру ціни. Знати методи, стратегії ціноутворення, види цінової політики підприємства. Використовувати методику ціноутворення для розрахунку ціни на товар Знати суть, види та функції каналів розподілу. Розрізняти види посередників. Знати базові поняття маркетинг-логістики 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.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	7
Тема 8. Маркетингова цінова політика	2/4			7
Тема 9. Маркетингова політика розподілу.	1/4			7
Тема 10. Маркетингова політика комунікацій.	1/4			7
Тема 11. План маркетингу підприємства.	1/2			7
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

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	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).
Політика щодо академічної доброчесності:	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
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

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Методичне забезпечення

1. Барилевич О.М. Методичні вказівки до вивчення дисципліни "Маркетинг" для студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». К. : ЦП "Компринт", 2018. 86 с.

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
7. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua>