



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
 Спеціальність **051 Економіка**
 Освітня програма «Економічна кібернетика», «Цифрова економіка»
 Рік навчання 2022 – 2023, семестр 3
 Форма навчання денна
 Кількість кредитів ЄКТС 4
 Мова викладання українська

Лектор курсу
 Контактна інформація
 лектора (e-mail)

к.е.н., доцент **Нагорна Олена Вікторівна**
 навчальний корпус № 10, кімната 401
Chetveryck_OV@ukr.net Chetverykolena@gmail.com
Nahorna_olena@nubip.edu.ua
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3413>

Сторінка курсу в eLearn

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Завдання, цілі та опис занять: а) ознайомити студентів з термінологією, понятійним апаратом маркетингу і забезпечити його засвоєння студентами, озброїти студентів системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу, маркетингових досліджень; сегментації ринку та позиціонуванні товарів на ньому; ознайомити студентів із основним складовими комплексу маркетингу та іншими складовими маркетингової діяльності; б) навчити студентів аналізувати товарний портфель підприємства та визначати пріоритетні види товарів; аналізувати систему ціноутворення на підприємствах, розраховувати та впроваджувати знижки та елементи цінового стимулювання; обирати ефективні канали розподілу продукції, приймати оптимальні логістичні рішення під час транспортування продукції; розробляти та впроваджувати в дію систему маркетингових комунікацій та їх вдаль поєднання; здійснювати контроль над маркетинговою діяльністю та процесом розвитку маркетингу на підприємстві; с) формування вмій та навичок з розробки, формування та удосконалення маркетингової діяльності на підприємствах споживчого та промислового ринку, а також сфери послуг.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
3 семестр				
Модуль 1 / Модуль 2				
Тема 1. Вступ до маркетингу	2/2	Знання - знати та розуміти: 1) концепції, функції, фактори маркетингу та умови застосування, типи маркетингу; 2) складові маркетингового середовища підприємств; 3) особливості	Здача практичних робіт, розробка маркетингового проекту. Написання	Письмовий іспит (ефекти: 1,2,3,4,7), оцінювання лекцій під час занять, роботи під час занять (ефекти: 3,4,5,6,
Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю	2/2			
Тема 3. Система маркетингових досліджень	2/2			
Тема 4. Маркетингова товарна політика	2/2			
Тема 5. Маркетингова	2/2			

цінова політика		маркетингової товарної, цінової, збутової та комунікативної політики;	тестів, підготовка презентацій, виступів.	7,8,9)
Тема 6. Маркетингова політика розподілу	2/2		Розв'язання ситуаційних	
Тема 7. Маркетингова політика комунікацій	2/2	Навички – буде вміти:	вправ, бізнес-кейсів та задач.	
Тема 8. Особливості банківського маркетингу	1/1	4) аналізувати маркетингову діяльність на основі методів маркетингового аналізу ; 5) запроваджувати систему маркетингу; 6) розробляти та використовувати маркетингові стратегії; 7) пропонувати та прораховувати можливість використання знижок підприємствами; 8) формувати систему збуту та каналів розподілу; Компетенції – буде готовий: 9) вирішувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу.	Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	
	1/4			
	15/15			
Всього за 1 семестр				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. 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