



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 051 Економіка
Освітня програма «Економічна кібернетика», «Цифрова економіка»
Рік навчання 2, семестр 3
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 5 (2,5)
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

Nahorna_olena@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3413>

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 вдале поєднання; здійснювати контроль над маркетинговою діяльністю та процесом розвитку маркетингу на підприємстві; с) формування вмień та навичок з розробки, формування та удосконалення маркетингової діяльності на підприємствах споживчого та промислового ринку, а також сфери послуг.

Набуття компетентностей:

для ОП «Економічна кібернетика»

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

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

ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезомакро- та міжнародному рівнях.

СК5. Розуміння особливостей сучасної світової та національної економіки, їх інституційної структури, обґрунтування напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

СК8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин.

СК10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.

СК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

СК14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

СК18. Здатність розробляти стратегії розвитку економічних систем різного призначення та рівня ієрархії

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

ПРН 6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПРН 7. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки.

ПРН 9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

ПРН 10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПРН 11. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

ПРН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПРН 14. Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.

ПРН 17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків. ПРН 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах.

для ОП «Цифрова економіка»

Інтегральна компетентність: Здатність визначати та розв'язувати складні економічні задачі та практичні проблеми, приймати відповідні управлінські рішення в економічній сфері та сфері цифрової економіки, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки, сучасних інформаційних технологій, методів економіко-математичного моделювання в умовах діджиталізації соціальних відносин.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

Фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

СК17. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення інформаційної та цифрової безпеки бізнесу, захисту економічної інформації і персональних даних.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

ПРН 6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПРН 7. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки.

ПРН 9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

ПРН 10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПРН 11. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

ПРН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПРН 14. Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.

ПРН 15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

ПРН 17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

ПРН 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
3 семестр				
Змістовний модуль 1				
Тема 1. Вступ до маркетингу	2/2	Знати основні поняття та категорії маркетингу, концепції.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття.	20
Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю	2/2	Розуміти завдання і методи маркетингової діяльності.	Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 3. Система маркетингових досліджень	2/2	Вміти виявляти чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації на маркетингову діяльність, знати, розуміти організаційні структури створення відділу маркетингу;	Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	30

		використовувати відповідно до ситуації технології прийняття та реалізації маркетингових рішень. Знати та розуміти суть, види та значення маркетингових дослідження, знати типи питань при розробці анкети; знати види маркетингової інформації та суть маркетингової інформаційної системи.		
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Змістовний модуль 2				
Тема 4. Маркетингова товарна політика	2/2	Вміти та знати особливості організації товарної політики підприємства, орієнтуватися в етапах життєвого циклу товару, розуміти особливості розробки товарного імені, логотипу, визначати основні критерії конкурентоспроможності товару. Розуміти особливості встановлення цін та розробку цінової політики підприємства, знати види знижок та форм оплати за товари та послуги. Розуміти форми та види оптової та роздрібною торгівлі, види каналів розподілу. Знати види основних та додаткових маркетингових комунікацій, знати що таке реклама, паблік рілейшнз, виставки, ярмарки, event-маркетинг. Знати особливості застосування аграрного маркетингу.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 5. Маркетингова цінова політика	2/2		15	
Тема 6. Маркетингова політика розподілу	1/1		15	
Тема 7. Маркетингова політика комунікацій	1/1		10	
Тема 8. Особливості аграрного маркетингу	1/1			10
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу	$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$			70
Підсумкова атестація (екзамен) R_{АТ}				30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			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

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид. переробл. і допов. – К. : Знання-Прес, 2004. – 645 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко . – 5-те вид., доп. і переробл. – К. : Лібра, 2007. – 720 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Солдерс Д. Основи маркетинга: Пер. с англ. – 52-е европ. вид. – М.: Вид.дім «Вільямс». – 2012. – 752 с.
4. Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Дж., Армстронг Г. Основы маркетинга [пер. сангл.]. 5-европейское изд. М.: Вильямс, 2014. 496 с.
5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. Харків: КнижковийКлуб"КлубСімейного Дозвілля", 2018. 160 с.
6. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу / С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська. – К.: «Наш час», 2007. – 504 с.
7. 5. Маркетинг для магістрів [Текст] : навчальний посібник : рек. МОН України як навч. посіб. для студентів ВНЗ / за ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2016. – 927с.
8. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф.Буряка Р.І. – К.: ЦП «Компринт», 2019. – 765с.
9. Маркетинг : підруч. [для студ ВНЗ] / В. Руделіус та ін. ; ред.-упоряд О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – вид. 3-тє. - К. : Нач—метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
10. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Шевчик М. Г та ін.. Основи маркетингу: навчальний посібник . – К.: Наш час, 2006. – 235 с.

Періодичні вітчизняні та зарубіжні видання: Журнали – «Вісник економічної науки України», «Економіка та держава», «Актуальні проблеми економіки», «Регіональна економіка», «Маркетинг і реклама», «Маркетинг в Україні», «Економіка АПК», «Економіст», «Економіка України», «Бізнес» та інші журнали.

Офіційні сайти мережі Інтернет, законодавчі та нормативні акти.

Офіційні сайти:

- 1 Українська Асоціація Маркетингу: <http://uam.in.ua>
2. American Marketing Association: <https://www.ama.org>
3. MMR - Marketing Media Review: <https://mmr.ua>
4. Спілка рекламистів України: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/>
5. Журнал «Маркетинг і реклама»: <https://mr.com.ua/>