



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: 2, 3 (скорочений термін навчання), семестр: 4,5

Форма навчання: денна

Кількість кредитів ЄКТС: 5

Мова викладання: українська

Лектори курсу

Луцій Олександр Павлович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Ніколаєвська Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Контактна інформація лектора (e-mail)

e-mail: lutsiy_alex@ukr.net

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=3132>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Після вивчення дисципліни «Маркетинг» студенти матимуть достатні знання в сфері формування, використання, організації, застосування маркетингу в господарській діяльності підприємств, фірм та організацій. Їх професіоналізм охоплюватиме всі ланки виробничого процесу щодо розробки нових інноваційних продуктів, а також сфер логістики та збуту тощо.

Вивчення дисципліни «Маркетинг» базуються на знаннях з маркетингу, менеджменту, товарознавства, аналізу господарської діяльності, статистики, психології поведінки споживача, закінчується написанням курсової роботи та передусе вивченню таких дисциплін, як: «Маркетингова товарна політика», «Маркетинг промислових підприємств», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові дослідження», «Інфраструктура товарного ринку», «Логістика» тощо.

Метою дисципліни «Маркетинг» є формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Завдання дисципліни «Маркетинг» є вивчення теоретичних понять категорій маркетингу його класифікації і характеристик, а також сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічним апаратом організації з метою набуття вмінь і навичок визначення конкурентоспроможності товару, підвищення ефективності організації та контролю маркетингової діяльності на підприємствах; виховання здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової товарної та цінової політики, політики продажу та просування на підприємствах.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
4 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Формування теорії маркетингу	3/2	Знати основні поняття та категорії маркетингу. Розуміти принципи і методи маркетингу. Вміти виявляти фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації; використовувати відповідно до ситуації технології з прийняття та реалізації управлінських рішень; формувати ефективні комунікації в процесі маркетингової діяльності. Розуміти сутність функцій маркетингу. Вміти формувати комплекс маркетингу організації; знати структуру управління маркетингом в організації; застосовувати дієві інструменти мотивування персоналу зі збуту та маркетингового контролю; обирати та використовувати відповідно до ситуації концепції маркетингу; визначати ефективність маркетингу.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 2. Взаємозв'язок маркетингу з суміжними дисциплінами.	3/3			10
Тема 3. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення та розвитку теорії маркетингу.	3/3			10
Тема 4. Концепція маркетингу.	2/3			10
Тема 5. Основні категорії маркетингу.	3/3			10
Тема 6. Комплекс маркетингу.	3/3			10
Тема 7. Види маркетингу та їх класифікація.	3/3			10
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1	20/20			100

5 семестр				
Модуль 2				
Тема 8. Сучасні проблеми маркетингу.	3/3	Знати основні поняття та категорії маркетингу. Розуміти принципи і методи маркетингу. Вміти виявляти фактори впливу впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації; використовувати відповідно до ситуації технології з прийняття та реалізації управлінських рішень; формувати ефективні комунікації в процесі маркетингової діяльності. Розуміти сутність функцій маркетингу. Вміти досліджувати, аналізувати і формувати стратегії маркетингу організації; знати структуру управління маркетингом в організації; застосовувати дієві інструменти мотивування персоналу з логістики і збуту та маркетингового контролю; обирати та використовувати відповідно до ситуації концепції маркетингу; визначати ефективність маркетингу підприємства.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	7
Тема 9. Глобальний маркетинг.	2/2			6
Тема 10. Інтерактивний маркетинг.	2/2			6
Тема 11. Індивідуальний маркетинг.	2/2			6
Тема 12. Екологічний маркетинг.	3/3			7
Тема 13. Ризики в маркетингу.	2/2			6
Тема 14. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень .	2/2			6
Разом за змістовим модулем 2	16/16			44
Модуль 3				
Тема 15. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики.	3/3	вміти: формулювати завдання маркетингової діяльності		8
Тема 16. Засади маркетинг.	. 2/2			

ціноутворення.		підприємства на різних		
Тема 17. Теорія маркетингових комунікацій		стадіях життєвого циклу служби збуту та		
Тема 18. Теорія маркетинг. політики розподілу.		маркетингу на підприємстві з		
Тест до модулів 2,3	25/25	визначенням обов'язків та взаємозв'язку з іншими підрозділами та структурами.		30
Разом за змістовим модулем 2,3				
Всього за навчальну роботу 45/45		$R_{HP} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$		70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс		$R_{ДИС} = R_{HP} + R_{AT}$		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно