



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

### «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр  
Спеціальність 073 Менеджмент  
Освітня програма «Менеджмент»  
Рік навчання 2, семестр 3  
Форма навчання денна  
Кількість кредитів ЄКТС 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](mailto:Chetveryck_OV@ukr.net)

[Nahorna\\_olena@nubip.edu.ua](mailto:Nahorna_olena@nubip.edu.ua)

Сторінка курсу в e-Learn

<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 позиціюванні 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, формувати та аналізувати систему збуту на підприємстві; розробляти та впроваджувати в дію систему маркетингових комунікацій та їх вдале поєднання, розробка креативних ідей для просування товарів та послуг; здійснювати контроль над маркетинговою діяльністю та процесом розвитку маркетингу на підприємстві; с) формування вмінь та навичок з розробки, формування та удосконалення маркетингової діяльності на підприємствах споживчого та промислового ринку, а також сфери послуг.

### Набуття компетентностей:

**Інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі В навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

**Фахові (спеціальні) компетентності (СК):**

СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

**СТРУКТУРА КУРСУ**

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
<b>2 рік навчання 3 семестр</b>				
<b>Модуль 1. Сутність і поняття маркетингу та маркетингових досліджень</b>				
Тема 1. Вступ до маркетингу	2/4	<p><i>Знати</i> основні поняття маркетингу, завдання, функції маркетингу на підприємствах, принципи маркетингової діяльності (загальні та специфічні), складові комплексу маркетингу «4Р», концепції маркетингу, види маркетингу за попитом.</p> <p><i>Провести</i> аналіз діяльності компанії з огляду використання маркетингових концепцій, використання складових маркетингу мікс, принципів маркетингу.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання завдання практичної роботи №1.	10
			Виконання самостійної роботи до теми 1 в Elearn	20
Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю на підприємствах	4/6	<p><i>Знати</i> основні принципи аналізу можливостей підприємства на функціональному ринку, аналіз маркетингового середовища, основні функціональні стратегії маркетингу, принципи організації відділу маркетингу, принципи та організація маркетингового аудиту на підприємстві.</p> <p><i>Вміти</i> розрахувати частку ринку підприємства, проаналізувати середовище діяльності на основі SWOT та PEST-аналізу, створити відділ маркетингу на підприємстві відповідно до умов діяльності.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та задача практичної роботи №2.	10
			Виконання самостійної роботи до теми 2 в Elearn.	15
Тема 3. Система маркетингових досліджень в управлінні підприємствами	4/6	<p><i>Знати</i> особливості організації маркетингових досліджень на підприємстві, види та способи проведення МД, види маркетингової інформації, вимоги до проведення МД, способи збирання маркетингової інформації, види питань при розробці анкет.</p> <p><i>Вміти</i> розробити анкету в системі Google Forms, обробка та робота з отриманою інформацією, сформувати вибірку, формування брифу.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та задача практичної роботи №3.	15
Поточний модульний контроль №1			Пройти тестування	30
<b>Разом за змістовним модулем 1</b>				<b>100</b>

<b>Змістовий модуль 2. Комплекс засобів маркетингу в діяльності підприємства</b>				
Тема 4. Управління маркетинговою товарною політикою підприємства	4/6	<p><i>Знати</i> особливості формування та удосконалення товарного асортименту, види асортименту, види товарів та їх класифікація, поняття торгова марка, товарне ім'я, логотип, бренд-бук компанії, основні категорії та показники конкурентоспроможності товару та підприємства.</p> <p><i>Вміти</i> проаналізувати товарну політику на підприємстві за показниками широти, довжини та глибини, визначити гармонійність асортименту, сформувати бренд-бук компанії, розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності товару.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та здача практичної роботи №4.	5
			Виконання самостійної роботи до теми 4 в Elearn.	10
Тема 5. Маркетингова цінова політика	4/6	<p><i>Знати</i> особливості формування ціни на товари та послуги, види цін, цінових знижок, критерії вибору цінової політики, маркетингові цінові стратегії, особливості визначення видів витрат, витрати на маркетинг та організацію маркетингу на підприємстві.</p> <p><i>Вміти</i> обрати та проаналізувати цінову політику на підприємстві, сформувати прайс на продукти (товари, послуги), розрахунок цін на основі прямих та непрямих методів ціноутворення.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та здача практичної роботи №5.	5
			Виконання самостійної роботи до теми 5 в Elearn.	10
Тема 6. Організація маркетингової політики розподілу підприємства	4/6	<p><i>Знати</i> основні поняття дистрибуції та збуту, канали збуту, особливості організації оптової та роздрібної торгівлі, франчайзинг як складова системи збуту на підприємстві, маркетингові рішення в роздрібній торгівлі.</p> <p><i>Вміти</i> сформувати оптимальні канали збуту продукції, обрання вдалого способу організації оптової та роздрібної торгівлі, розробити маркетингову айдентичку в системі роздрібної торгівлі.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та здача практичної роботи №6.	5
			Виконання самостійної роботи до теми 6 в Elearn.	10
Тема 7. Маркетингова політика комунікацій вітчизняних підприємств	4/6	<p><i>Знати</i> основні трактування основні та додаткові види комунікацій, види реклами, особливості просування в мережі інтернет, використання сторітейлінгу як інструмента в комунікаціях, організація івент-маркетингу на підприємствах, принципи паблік рілейшнз та стимулювання збуту.</p> <p><i>Вміти</i> розробити рекламну кампанію, проаналізувати діяльність компанії в соціальних мережах, заходи впливу на громадську думку та підтримки репутації, формування системи інтегрованих МК.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та здача практичної роботи №7.	10
			Виконання самостійної роботи до теми 7 в Elearn.	10
Тема 8. Особливості організації та управління аграрним маркетингом підприємства.	4/5	<p><i>Знати</i> особливості організації маркетингової діяльності на підприємствах аграрного сектору, формування товарної, цінової, збутової та комунікативної політик аграрного підприємства.</p> <p><i>Вміти</i> сформувати комплекс маркетингу для аграрного підприємства та заходи для його підтримки.</p>	Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією). Виконання та здача практичної роботи №8.	5
Поточний модульний контроль №2			Пройти тестування	30
<b>Разом за змістовним модулем 2</b>				<b>100</b>

Всього за 3 семестр, навчальна робота	$RHP = \frac{0,7 \cdot (R(1)ЗМ + \dots + R(n)ЗМ)}{n} + RДР - RШТР.$	70
Екзамен		30
Всього за курс		100

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перекладання:</b>	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).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	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
<b>Політика щодо відвідування:</b>	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:

#### Основна:

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства. Навчальний посібник. К.: ЦУЛ. 2019. 612 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Навчальний посібник. К.: Діалектика. 2020. 880с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Навчальний посібник. Науковий світ. 2022. 880с.
4. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. [Поведінка споживачів](#). Навчальний посібник. Херсон. Олді-Плюс. 2020, 284 с.
5. Маркетинг. Навчальний посібник. За ред. проф. Буряка Р. І. К.: ЦП «Компринт», 2019. 765с.
6. Управління рекламними проектами. Навчальний посібник. / Луцій О.П., Ларіна Я. С., Весперіс С. З., Нагорна О. В. (Четверик О. В.) та ін. Х.: Олді-плюс. 2019. 300 с.

#### Додаткова:

7. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 200 с.
8. Ларіна Я. С., Бабічева О. І., Романова Л. В., Антофій Н. М. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник. Х.: Олді-плюс. 2019. 364 с.
9. Ларіна Я. С., Антофій Н. М. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. Олді-Плюс. 2021, 336 с.
10. Маркетингові комунікації: підручник / [Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха]; під заг. ред. Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
11. Окландер М. А. Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 284 с.
12. Особливості розгляду справ про порушення законодавства про рекламу в частині дискримінації за ознакою статі. Навчальний посібник. Н. Стефанів, І. Лилик,

О. Бучинська, О. Давліканова та ін. За ред. О. Давліканова. К.: Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні, 2020. 128 с.

13. Пінішко В. С. Ціно- і тарифотворення. Навчальний посібник. Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2021. 303 с.

14. Світова економіка. Навчальний посібник. Фомішина В. М., Антофій Н. М., Грановська В. Г., Ларіна Я. С. та ін. Херсон: Олді-Плюс, 2021. 612 с.

15. Федорченко А. В., Ларіна Я. С., Ремезь Ю. Б. Бенчмаркінг. Навчальний посібник. Одеса: Олді-Плюс. 2023. 472 с.

**Інформаційні ресурси:**

16. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>

17. American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org>

18. MMR - Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>

19. Спілка рекламистів України. URL: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/>

20. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua/>

21. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about>

22. Журнал «Економіст». URL: <https://www.economist.com/>