



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

« Маркетинг »

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

Освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна (денна, заочна)

Кількість кредитів ЄКТС 5

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор курсу

Контактна інформація  
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

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

[elena.barilovic@gmail.com](mailto:elena.barilovic@gmail.com)

<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.

### СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
<b>6 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
<b>СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>				
<b>Тема1</b> Сутність маркетингу та його сучасна концепція	<b>1/2</b>	Розуміти сутність маркетингу; Знати основні поняття та концепції розвитку маркетингу	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, есе.	<b>11</b>
<b>Тема 2.</b> Класифікація та характеристики	<b>1/2</b>	Розрізняти види маркетингу; Знати принципи та	Виконання практичної, самостійної	<b>11</b>

маркетингу		функції маркетингу	роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	
<b>Тема 3.</b> Система маркетингу та маркетингове середовище	<b>1/2</b>	Знати структуру системи маркетингу; Розрізняти складові маркетингового середовища	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>11</b>
<b>Тема 4.</b> Маркетингові дослідження.	<b>2/2</b>	Розрізняти види маркетингової інформації. Знати методiku проведення маркетингового дослідження. Уміти складати анкету	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Виконання індивідуальної роботи Написання тестів, ессе.	<b>15</b>
<b>Тема 5.</b> Сегментація ринку та позиціонування товару.	<b>2/2</b>	Знати чинники та критерії сегментації споживчого та промислового ринку. Уміти здійснювати сегментацію ринку та обирати цільовий сегмент	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>11</b>
<b>Тема 6.</b> Управління маркетингом. Організація і контроль маркетингової діяльності.	<b>1/2</b>	Розуміти організаційну побудову служб маркетингу. Знати типи маркетингового контролю. Уміти оцінювати конкурентоспроможність підприємства	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>11</b>
Всього за навчальну роботу 1 модуля				<b>70</b>
Модульний тест 1				<b>30</b>
Всього за 1 модуль				<b>100</b>
<b>Модуль 2</b>				
<b>СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ</b>				
<b>Тема 7.</b> Маркетингова товарна політика	<b>2/4</b>	Знати класифікації товарів. Розрізняти товарну номенклатуру та асортимент. Знати складові конкурентоспроможності товару. Вміти аналізувати життєвий цикл товарів та етапи	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>13</b>

		розробки		
<b>Тема 8.</b> Маркетингова цінова політика	<b>2/4</b>	Розуміти структуру ціни. Знати методи, стратегії ціноутворення, види цінової політики підприємства. Використовувати методику ціноутворення для розрахунку ціни на товар	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>13</b>
<b>Тема 9.</b> Маркетингова політика розподілу.	<b>1/4</b>	Знати суть, види та функції каналів розподілу. Розрізнити види посередників. Знати базові поняття маркетинг-логістики	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>13</b>
<b>Тема 10.</b> Маркетингова політика комунікацій.	<b>1/4</b>	Аналізувати схему маркетингової комунікації підприємства. Розрізнити складові комплексу маркетингових комунікацій. Розуміти концепцію брендингу для формування іміджу підприємства	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Виконання індивідуальної роботи Написання тестів, ессе.	<b>18</b>
<b>Тема 11.</b> План маркетингу підприємства.	<b>1/2</b>	Знати різновиди планів маркетингу. Розуміти принципи розробки ефективного маркетингового плану.	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	<b>13</b>
Всього за навчальну роботу 2 модуля				<b>70</b>
Модульний тест 2				<b>30</b>
Всього за 2 модуль				<b>100</b>
<b>Всього за семестр</b>				<b>70</b>
<b>Екзамен</b>				<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>				<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</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 добросовісності:</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**

<b>Рейтинг здобувача вищої освіти, бали</b>	<b>Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків</b>	
	<b>екзаменів</b>	<b>заліків</b>
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано