



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

« Маркетинг »

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Освітня програма «Корпоративні фінанси»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма здобуття вищої освіти денна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська

Лектор навчальної
дисципліни
Контактна інформація
лектора (e-mail)
URL ЕНК на
навчальному порталі
НУБіП України

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

obarylovych@nubip.edu.ua

<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.

Компетентності навчальної дисципліни:

- **Інтегральна компетентність (ІК):** здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в ході професійної діяльності у галузі фінансів, банківської справи та страхування або у процесі навчання, що передбачає застосування окремих методів і положень фінансової науки та характеризується невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної та навчальної діяльності.

- **Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Модуль 1				
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ				
Тема1 Сутність маркетингу та його сучасна концепція	1/2	Розуміти сутність маркетингу; Знати основні поняття та концепції розвитку маркетингу	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	14
Тема 2. Класифікація та характеристики маркетингу	1/2	Розрізняти види маркетингу; Знати принципи та функції маркетингу		7
Тема 3. Система маркетингу та маркетингове середовище	1/2	Знати структуру системи маркетингу; Розрізняти складові маркетингового середовища		7
Тема 4. Маркетингові дослідження.	2/2	Розрізняти види маркетингової інформації. Знати методику проведення маркетингового дослідження. Уміти складати анкету		14
Тема 5. Сегментація ринку та позиціонування товару.	2/2	Знати чинники та критерії сегментації споживчого та промислового ринку. Уміти здійснювати сегментацію ринку та обирати цільовий сегмент		14
Тема 6. Управління маркетингом. Організація і контроль маркетингової діяльності.	1/2	Розуміти організаційну побудову служб маркетингу. Знати типи маркетингового контролю. Уміти оцінювати конкурентоспроможність підприємства		14
Всього за навчальну роботу 1 модуля				70
Модульний тест 1				30
Всього за 1 модуль				100
Модуль 2				
СКЛАДОВІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ				
Тема 7. Маркетингова товарна політика	2/4	Знати класифікації товарів. Розрізняти товарну номенклатуру та асортимент. Знати складові конкурентоспроможності товару. Вміти аналізувати життєвий цикл товарів та етапи розробки	Виконання практичної, самостійної роботи (в.т.ч. в elearn), підготовка презентації. Написання тестів, ессе.	18
Тема 8. Маркетингова цінова політика	2/5			17
Тема 9. Маркетингова політика розподілу.	2/4			18

Тема 10. Маркетингова політика комунікацій.	1/5	Розуміти структуру ціни. Знати методи, стратегії ціноутворення, види цінової політики підприємства. Використовувати методику ціноутворення для розрахунку ціни на товар Знати суть, види та функції каналів розподілу. Розрізняти види посередників. Знати базові поняття маркетинг-логістики Аналізувати схему маркетингової комунікації підприємства. Розрізняти складові комплексу маркетингових комунікацій. Розуміти концепцію брендингу для формування іміджу підприємства Знати різновиди планів маркетингу. Розуміти принципи розробки ефективного маркетингового плану.	17
Всього за навчальну роботу 2 модуля			70
Модульний тест 2			30
Всього за 2 модуль			100
Всього за семестр			70
Екзамен			30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	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).
<i>Політика щодо академічної добросовісності:</i>	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
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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 ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Барілович О. М. Трансформація маркетингових комунікацій у цифровому середовищі. Ефективна економіка. 2024. № 10
2. Барілович О. М., Нагорна О. В. Особливості цінової політики підприємства у діджитал-середовищі. Ефективна економіка. 2024. № 2.
3. Барілович О.М. Використання інтернет-маркетингу в комунікаційній діяльності молокопереробних підприємств. Економіка і управління бізнесом. 2020. Т.11, №4.
4. Барілович О.М. Методичні вказівки до вивчення дисципліни “Маркетинг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП “Корпоративні фінанси” зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок”. К: НУБіП України, 2024.
5. Барілович О.М. Методичні вказівки до вивчення дисципліни “Маркетинг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП “Корпоративні фінанси” зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок”. К: НУБіП України, 2024.
6. Буряк Р. І., Збарський В. К., Збарська А. В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Національний університет біоресурсів і природокористування України. К. : Наукова столиця, 2020. 654 с.
7. Гальчинська Ю.М., Карпенко Л.Ф., Остапчук А.Д. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Національний університет біоресурсів і природокористування України. К. : НУБіП України, 2023.
8. Журнал "Компаньйон: веб-сайт. URL: <http://www.companion.ua/>
9. Журнал «Маркетинг в Україні» : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua>
10. Журнал «Маркетинг і МЕНЕДЖМЕНТ інновацій» : веб-сайт. URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
11. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
12. Маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; уклад. Р. І. Буряк [та ін.]. К. : ЦП "Компринт", 2023. 639 с.
13. Маркетинг : підручник для студентів економічних спец. закладів вищої освіти / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; за ред. Р. І. Буряка, В. К. Збарського. Київ : ЦП "Компринт", 2019. 783 с.
14. Міністерство освіти і науки України : веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
15. Нагорна О. Барілович О. Marketing pricing policy of a retail business enterprises. Економіка та суспільство. 2024, № 66.
16. Національна бібліотека України ім. Вернадського : веб-сайт. URL: www.nbuv.gov.ua
17. Національний університет біоресурсів і природокористування України : веб-сайт. URL: <https://nubip.edu.ua/>
18. Райс Е. Маркетингові війни : науково-популярне видання. Видання до двадцятої річниці книжки / пер. з анг. В. Стельмаха. Харків : Фабула, 2021. 240 с.
19. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua>