



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність	051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма	«Прикладна статистика та бізнес-аналітика»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	<b>Плахотнікова Лариса Олександрівна</b> , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління
Профайл керівника курсу	<a href="http://nasoa.edu.ua/spivrobotnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/">http://nasoa.edu.ua/spivrobotnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/</a>
Контактна інформація керівника курсу (e-mail), сторінка курсу в Moodle	E-mail: <a href="mailto:LOPlakhotnikova@nasoa.edu.ua">LOPlakhotnikova@nasoa.edu.ua</a> Сторінка курсу на платформі Moodle: <a href="https://dist.nasoa.edu.ua/course/view.php?id=27">https://dist.nasoa.edu.ua/course/view.php?id=27</a>
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Наявність систематичних та ґрунтовних знань з компонентів професійної підготовки освітньої програми, зокрема «Мікроекономіка», «Макроекономіка»

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	5	150	36	36	78	Екзамен

<b>Опис дисципліни</b>	<p><b>Навчальна дисципліна «Маркетинг»</b> є обов'язковою компонентою навчального плану.</p> <p><b>Мета вивчення навчальної дисципліни:</b> формування у здобувачів вищої освіти наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.</p> <p><b>Завдання вивчення навчальної дисципліни:</b> засвоєння здобувачами вищої освіти термінології та понятійного апарату маркетингу; оволодіння системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу та маркетингових досліджень; формування вмінь та навичок впровадження і використання маркетингу в практичній діяльності підприємств; вивчення конкретних прийомів проведення активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового</p>
------------------------	--

	<p>середовища; забезпечення зацікавленості студентів в активній науково-дослідній роботі.</p> <p><b>Формат проведення дисципліни:</b> лекції, практичні(семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.</p>
<b>Професійні компетентності</b>	<p>ІК. 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.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу</p> <p>ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій</p> <p>ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>СК 10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.</p> <p>СК1 3. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.</p>
<b>Програмні результати навчання</b>	<p>ПРН 6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері</p> <p>ПРН 10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.</p> <p>ПРН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники</p> <p>ПРН 15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.</p> <p>ПРН 19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.</p> <p>ПРН 21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 23. Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення</p>
<b>Програма навчальної дисципліни</b>	<p><b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу.</b></p> <p>Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій.</p> <p>Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система.</p> <p><b>Змістовий модуль 2.Методологічні та інформаційні основи маркетингу</b></p> <p>Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Тема 4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів</p> <p><b>Змістовий модуль 3.Комплекс маркетингу: сутність та зміст.</b></p> <p>Тема 5. Товар у комплексі маркетингу.</p> <p>Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу.</p> <p>Тема 7. Розповсюдження у комплексі маркетингу.</p> <p>Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу.</p> <p>Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю.</p>
<b>Методи навчання</b>	<p>Підчас проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративний, наочний з використанням мультимедійних</p>

	<p>засобів, пояснення, обговорення, диспутів, лекцій-конференцій.</p> <p>Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, підготовка презентацій, письмове виконання практичних завдань, тестування, методи брейнстормінг (мозкового штурму), дослідницькі методи.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни</b>	<p>Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери.</p> <p>Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання</p>
<b>Політики навчальної дисципліни</b>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності.</b> Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОН є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: <i>Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОН, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.</i></p> <p>Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОН та Положення про академічну доброчесність у НАСОН у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.8.3 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОН, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, контрольна робота, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми»</p> <p><b>Політика щодо відвідування занять.</b> Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача.</p> <p><b>Політика щодо перескладання.</b> Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії.</p> <p><b>Політика щодо оскарження результатів оцінювання.</b> Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОН, 25 травня 2020 р., протокол № 9.</p>

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
2. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
3. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2017. 357 с.
4. Дикань В.Л., Каграманян А.О., Каличева Н.Є. Товарознавство та комерційна діяльність: підруч. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
5. Дрокіна Н.І. Теоретико-методологічні засади функціонування механізму інтегрованого Інтернет-маркетингу: монографія. Київ: ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2020. 322 с.

6. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2018. 508 с.
7. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг: навч.-метод. посіб. Одеса, 2020. 68 с.
8. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посіб. / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
9. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
10. Перезова І. В., Юрченко. Н. Б. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.
11. Плахотнікова Л.О. Збірник практичних завдань для самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальностей: 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 051 «Економіка». Київ: Національна академія статистики, обліку та аудиту, 2020. 65 с. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/5838>
12. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II: навч.посіб. Київ: ДУТ, 2019. 108 с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1707>

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

*За результатами семестру здобувач вищої освіти отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.*

*Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.*

*Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю здобувач вищої освіти отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Маркетинг» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.*

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	- вирішення ситуаційних завдань з написанням обґрунтованих діагностичних висновків та розв'язання практичних, розрахунково-аналітичних задач;	Від 0 до 5 балів
<b>МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 5 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 10 балів
	Модульний контроль № 3	Максимальна оцінка – 10 балів
<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</b>	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

### Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Екзамен		Оцінка	Пояснення
<i>Відмінно</i>	90-100	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
<i>Добре</i>	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
<i>Задовільно</i>	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
<i>Незадовільно</i>	35-59	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

*Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління. Протокол № 12 від 20 червня 2023р.*