



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» спеціальності
Спеціальність	073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма	«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Плахотнікова Лариса Олександрівна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobotnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: LOPlakhotnikova@nasoa.edu.ua
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Наявність систематичних та ґрунтовних знань з компонентів професійної підготовки освітньої програми, зокрема, «Основи економічної науки», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Міжнародна економіка».

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
Денна форма навчання						
5	150	36	36	78	Екзамен	
Заочна форма навчання						
5	150	4	2	144	Екзамен	

Опис дисципліни	<p>Навчальна дисципліна: «Маркетинг» є обов'язковою компонентою навчального плану.</p> <p>Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів 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>Завдання вивчення навчальної дисципліни: засвоєння студентами термінології та понятійного апарату маркетингу; оволодіння системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу та</p>
------------------------	---

	<p>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 середовища; забезпечення зацікавленості студентів в активній науково-дослідній роботі.</p> <p>Формат проведення дисципліни: лекції, практичні(семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.</p>
Професійні компетентності	<p>ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>СК17. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідею розвитку міжнародної діяльності підприємства.</p>
Програмні результати навчання	<p>ПРН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.</p> <p>ПРН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН19. Розробляти й обґрунтовувати розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємств сфери послуг.</p>
Програма навчальної дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій. Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система.</p> <p>Змістовий модуль 2. Методологічні та інформаційні основи маркетингу Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень. Тема 4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів.</p> <p>Змістовий модуль 3. Комплекс маркетингу: сутність та зміст Тема 5. Товар у комплексі маркетингу. Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу. Тема 7. Розповсюдження у комплексі маркетингу Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу. Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю.</p>
Методи навчання	<p>Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративний, наочний з використанням мультимедійних 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>
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	<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>
Політики навчальної дисципліни	<p>Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА 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 НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.</i></p>

Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність у НАСОА 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 НАСОА, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, контрольна робота, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля освітньої програми)».

Політика щодо відвідування занять. 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.

Політика щодо перескладання. 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.

Політика щодо оскарження результатів оцінювання. 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 НАСОА, 25 травня 2020 р., протокол № 9.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу: навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.
2. Дрокіна Н.І. Теоретико-методологічні засади функціонування механізму інтегрованого Інтернет-маркетингу: монографія. Київ: ТОВ «СІК ГРУП Україна», 2020. 322 с.
3. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2018. 508 с.
4. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.
5. Маркетинг: навч. посіб. / За заг. ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
6. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с.
7. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посіб. / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
8. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
9. 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>
10. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня. Київ: НАСОА, 2022. 74 с. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/6482>

11. 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>
12. Плахотнікова Л.О. Digital – маркетинг у глобальних процесах інформатизації світової економіки. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 11 (258). С. 22-27. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/02/11_2022.pdf
13. Плахотнікова Л.О. Маркетингове дослідження кон'юнктури світового ринку молока та молочної продукції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 5. (264). С.36-46. URL: <http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/08/5-2023.pdf>
14. Плахотнікова Л.О. Маркетингові технології залучення інвестицій державними органами управління у розвиток регіонів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 3 (250). С.85-92. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2022/07/3_2022.pdf
15. Плахотнікова Л. О., Булах Т. М. Екологічний маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2019. №4. С. 101–108. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/4510>
16. Плахотнікова Л.О., Булах Т.М., Іртлач М.О. Кон'юнктура та особливості ринку праці інформаційно-комунікаційних технологій в Україні: маркетинговий аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. №1(27). С. 85-91. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2089>
17. Bulakh T. , Plakhotnikova L., Hromadskyi R. Classification of Franchising and Specifics of Its Types in Business Operation. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* 2020. №3. С.77-84. URL: <https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/218>
18. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент 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 студент 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
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	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 1 до 3 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 13 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 15 балів

	Модульний контроль № 3	Максимальна оцінка – 15 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 0 до 10 ба балів
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 60
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
Екзамен			
Відмінно	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
Добре	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
Добре	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.
Задовільно	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При

			вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
Задовільно	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.
Незадовільно	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 № 1 від 30 серпня 2024р.