**Уманський національний університет садівництва**

**Факультет економіки і підприємництва**

**Кафедра маркетингу**

# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
# «Маркетинг»

**Рівень вищої освіти:** **перший (бакалаврський)**
**Спеціальність:** **076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**
**Освітня програма:** **Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

**Курс (рік навчання)** **III (3)**
**Форма навчання:** **денна**
**Кількість кредитів ЄКТС:** **4**
**Мова викладання:** **українська**
**Обов'язкова/вибіркова:** **обов'язкова**

| | |
|---|---|
| **Лектор курсу** | Валентина Лементовська |
| **Профайллектора** | https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobitniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html |
| **Контактна інформація лектора (e-mail)** | v.lementovskij@gmail.com.uf |
| **Сторінка курсу в MOODLE** | https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=145 |

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

| | |
|---|---|
| **Мета курсу** | ➢ Формування у здобувачів вищої освіти наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття здатності використовувати маркетингові інструменти в практичній діяльності підприємств. |
| **Завдання курсу** | ➢ Ознайомлення студентів з відповідними теоретичними поняттями, категоріями маркетингу, сучасними тенденціями в маркетингу.<br>➢ Опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах.<br>➢ Виховання здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності. |
| **Компетентності** | ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.<br>ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.<br>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.<br>СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.<br>СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур |

| | |
|---|---|
| **Програмні результати навчання** | ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.<br>ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.<br>ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямах професійної діяльності та брати відповідальність за результати.<br>ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.<br>ПРН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.<br>ПРН 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів. |

## СТРУКТУРА КУРСУ

| Тема | Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні | Зміст тем курсу | Завдання | Оцінювання (балів) |
|---|---|---|---|---|
| Змістовий модуль 1 | | | | |
| **Тема 1.** Сутність маркетингу та його сучасна концепція | 2/2 | ➢ Походження та розуміння маркетингу.<br>➢ Основні поняття маркетингу.<br>➢ Концепції маркетингу. | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| Тема 2. Система та характеристика сучасного маркетингу | 2/2 | ➢ Принципи, завдання та функції маркетингу<br>➢ Система засобів маркетингу<br>➢ Види сучасного маркетингу | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | |
| Тема 3. Маркетингові дослідження та інформація<br>Topic 3. Marketing research and information | 2/2 | ➢ Сутність та система маркетингових досліджень<br>➢ Маркетингова інформація<br>➢ Навколишнє бізнес-середовище та маркетингове середовище<br>➢ Маркетингове дослідження ринку<br>➢ Маркетингове дослідження підприємства<br>➢ The essence and system of marketing research<br>➢ Marketing information<br>➢ Business environment and marketing environment<br>➢ Marketing market research<br>➢ Marketing research of the enterprise | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| **Модульний контроль** | | | | 7 |
| Змістовий модуль 2 | | | | |
| Тема 4. Маркетингова товарна політика | 4/4 | ➢ Сутність маркетингової товарної політики<br>➢ Класифікація товарів і асортиментна політика<br>➢ Життєвий цикл товару<br>➢ Якість і конкурентоспроможність товару<br>➢ Товарні знаки й упаковка<br>➢ Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| Тема 5. Планування нових товарів | 2/2 | ➢ Сутність поняття „новий товар”<br>➢ Алгоритм планування нових товарів | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | ➢ Причини невдач нових товарів<br>➢ Сутність поняття „новий товар” | наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | |
| Тема 6. Маркетингова цінова політика | 4/4 | ➢ Сутність маркетингової цінової політики<br>➢ Цілі цінової політики і фактори, що на неї впливають<br>➢ Цінові стратегії<br>➢ Управління цінами підприємства<br>➢ Види знижок | Опрацювання лекційного матеріалу, перегляд повної версії відеофільму «Як формується ціна на товари і послуги». Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| Тема 7. Методи маркетингового ціноутворення | 2/2 | ➢ Методи прямого ціноутворення<br>➢ Непряме маркетингове ціноутворення | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Тема 8. Маркетингова політика комунікацій | 4*/4 | ➢ Сутність маркетингової політики комунікацій<br>➢ Процес маркетингових комунікацій | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| Тема 9. Комплекс маркетингових комунікацій. | 2/2 | ➢ Реклама<br>➢ Пропаганда<br>➢ Стимулювання збуту<br>➢ Персональний продаж<br>➢ Прямий маркетинг | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| **Модульний контроль** | | | | 8 |
| Змістовий модуль 3 | | | | |
| Тема 10. Маркетингова політика розподілу | 2/2 | ➢ . 1. Сутність маркетингової політики розподілу<br>➢ 2. Маркетингові системи<br>➢ 3. Форми організації оптової торгівлі<br>➢ 4. Види роздрібної торгівлі<br>➢ 5. Основи збутової логістики<br>➢ Посередницька діяльність | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Тема 11. Управління каналами розподілу | 2/2 | ➢ Оцінка каналів розподілу<br>➢ Організація оптової та роздрібної торгівлі<br>➢ Логістика фізичного розподілу | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| Тема 12. Організація та контроль маркетингу | **2/2** | ➢ Організація маркетингової діяльності на підприємстві<br>➢ Контроль маркетингової діяльності підприємства | Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle | 4 |
| **Модульний контроль** | | | | 7 |
| **Всього за 1 семестр** | 30/30 | | | 70 |
| **Екзамен** | | | | 30 |
| **Всього за курс** | | | | 100 |

*залучені стейкхолдери для спільного проведення аудиторних занять: роботодавець

## ПОЛІТИКИ КУРСУ

| | |
|---|---|
| **Політика оцінювання** | В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). |
| **Політика щодо академічної доброчесності** | Під час підготовки індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату |
| **Політика щодо відвідування** | Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету) |

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

| Кількість балів за змістовий модуль | Поточний (модульний контроль) | | | | | | | | | | | | | | Підсумковий контроль | **Сума** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Змістовий модуль 1 | | | | Змістовий модуль 2 | | | | | | | Змістовий модуль 3 | | | | |
| | **19 балів** | | | | **32 бал** | | | | | | | **19 балів** | | | | |
| Теми | Т1 | Т2 | Т3 | Модульний контроль | Т4 | Т5 | Т6 | Т7 | Т8 | Т9 | Модульний контроль | Т10 | Т11 | Т12 | Модульний контроль | |
| Кількість балів за видами робіт, всього: | 4 | 4 | 4 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 4 | 4 | 4 | | **30** | **100** |
| в т.ч.: активність на семінарських заняттях | 2 | 2 | 2 | 7 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | 2 | 2 | 2 | 7 | | |
| виконання самостійної роботи | 2 | 2 | 2 | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | 2 | 2 | 2 | | | |

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка EKTS | Оцінка за національною шкалою |
|---|---|---|
| 90-100 | **A** | відмінно |
| 82-89 | **B** | добре |
| 74-81 | **C** | |
| 64-73 | **D** | задовільно |
| 60-63 | **E** | |
| 35-59 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання |
| 0-34 | **F** | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |