

Уманський національний університет садівництва  
Факультет економіки і підприємництва  
Кафедра маркетингу

## Силабус

<b>1. Базова інформація про дисципліну</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Маркетинг
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Галузь знань</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>Спеціальність</b>	073 «Менеджмент»
<b>Освітня програма</b>	«Менеджмент»
<b>Семестр</b>	5
<b>Факультет</b>	Менеджменту
<b>Курс</b>	3
<b>Анотація курсу</b>	Навчальна дисципліна "Маркетинг" формує у студентів систему теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку.
<b>Сторінка курсу в MOODLE</b>	<a href="https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=146">https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=146</a>
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Лектор курсу</b>	Макушок О.В, к.е.н, доцент кафедри маркетингу <a href="https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/makushok-olga-vasilivna.html">https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/makushok-olga-vasilivna.html</a>
<b>Адреса кафедри</b>	м. Умань, вул. Інтернаціональна, 2 (корпус 5)
<b>2. Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
<b>Освітня програма</b>	«Менеджмент» <a href="https://ects.udau.edu.ua/assets/files/programs/menedzhment/bakalavr/menedzhment/iiii/opp-men-bakalavri.pdf">https://ects.udau.edu.ua/assets/files/programs/menedzhment/bakalavr/menedzhment/iiii/opp-men-bakalavri.pdf</a>
<b>Перелік загальних компетентностей (ЗК)</b>	здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; здатність до адаптації та дії в новій ситуації; здатність генерувати нові ідеї (креативність).
<b>Перелік фахових компетентностей (СК)</b>	здатність визначати та описувати характеристики організації; здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації; здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
<b>Перелік програмних результатів навчання</b>	демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень; демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

<b>3. Опис дисципліни</b>	
<b>Структура навантаження студентів</b>	Кількість годин – 105; Кількість кредитів – 3,5; Форма підсумкового контролю – екзамен
<b>Методи навчання</b>	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: лекція (оглядова/тематична); метод проблемного викладання; практична робота; дистанційне навчання; метод «Case-study»; брейнстормінг («мозковий штурм»); ілюстрація; вебінар; дискусія із запрошенням стейкхолдерів та запрошених професорів, які беруть активну участь у формуванні та реалізації освітньої програми та у лекційних заняттях, лабораторних роботах та заняттях на виробництвах.
<b>Мета та завдання</b>	<p><b>Мета вивчення дисципліни</b> – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів управління.</p> <p><b>Завдання дисципліни</b> – ознайомити майбутніх фахівців із термінологією, понятійним апаратом маркетингу і забезпечити його засвоєння студентами; озброїти студентів системою знань з теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу, маркетингових досліджень, потреб і попиту, сегментації ринку і типології споживачів, товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементів комплексу маркетингу; забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств; навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі; набуття здатностей для творчого пошуку напрямів удосконалення маркетингової діяльності.</p>
<b>4. Зміст дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1. Генезис маркетингу</b>	
<b>Тема 1</b>	Сутність маркетингу та його сучасна концепція
<b>Тема 2</b>	Система та характеристика сучасного маркетингу.
<b>Тема 3</b>	Маркетингове середовище
<b>Тема 4</b>	Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг-мікс</b>	
<b>Тема 5</b>	Поняття комплексу маркетингу
<b>Тема 6</b>	Маркетингова товарна політика.
<b>Тема 7</b>	Маркетингова цінова політика.
<b>Тема 8</b>	Маркетингова політика комунікацій.
<b>Тема 9</b>	Комплекс маркетингових комунікацій.
<b>Тема 10</b>	Маркетингова політика розподілу.

### 5. Політика дисципліни

<b>Організація навчання</b>	Регулярне відвідування лекцій здобувачами, активна їх участь під час опитування на практичних заняттях, ініціативність в обговоренні дискусійних тем, своєчасність виконання самостійної роботи. Організація навчання відбувається згідно розкладу <a href="http://mkr.udau.edu.ua/">http://mkr.udau.edu.ua/</a>
<b>Методи контролю</b>	Поточний (модульний) контроль є сумою балів, отриманих здобувачем за виконання завдань. Підсумковий контроль – екзамен.
<b>Академічна доброчесність</b>	Дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності УНУС». Доступний за посиланням: <a href="https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-unus-2019-1.pdf">https://mon.udau.edu.ua/assets/files/normativni/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-unus-2019-1.pdf</a>

### 6. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточний (модульний) контроль												Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	МК1	T5	T6	T7	T8	T9	T10	МК2		
5	5	5	5	10	5	5	5	5	5	5	10	30	100

### 7. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни