



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг»

Спеціальність	<i>D3 «Менеджмент»</i>
Освітня програма	<i>«Міжнародний менеджмент»</i>
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова</i>
Мова викладання, навчання та оцінювання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>3к, 1 семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	<i>5 кредити</i>
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	<i>Лекції – 24 год.</i>
	<i>Практичні (семінарські) – 12 год.</i>
	<i>Лабораторні – 12 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 102 год.</i>
Форма семестрового контролю	<i>Екзамен</i>
Кафедра	<i>Маркетингу, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), сайт кафедри http://www.dom.hneu.edu.ua/</i>
Викладач (-і)	<i>Небулиця Олена Анатоліївна, к.е.н., доцент;</i>
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>elena.nebulitsa@ukr.net</i>
Дні навчальних занять	<i>Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять</i>
Консультації	<i>На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС</i>

Мета навчальної дисципліни: набуття системних знань з теоретичних засад та організаційно-методичних основ формування й функціонування системи маркетингу на підприємстві, практичних навичок щодо використання маркетингу в підвищенні ефективності управління підприємством в ринкових умовах

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Економіка підприємства	Стратегічний менеджмент
Теорія організації	Міжнародний маркетинг
Менеджмент	Переддипломна практика
	Інтернет-маркетинг
	Дипломна робота

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу. Методологічні та інформаційні основи маркетингу.

Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій

Тема 2. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень.

Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів. Дослідження ринків збуту.

Тема 4. Аналіз конкуренції

Змістовий модуль 2. Розробка та реалізація комплексу маркетингу

Тема 5. Товар у комплексі маркетингу

Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу.

Тема 7. Розподіл у комплексі маркетингу.

Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, семінарські, практичні та лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських), лабораторних занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимальна сума поточного контролю – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту складати іспит – 35 балів; екзамен оцінюється у максимальній кількості балів – 40, мінімальній – 25 балів.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: тестування, завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації домашніх завдань. Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Кожен екзаменаційний білет складається із стереотипних, діагностичних та евристичного завдань.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.