



Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Силабус навчальної дисципліни «Вступ до фаху»

Спеціальність	<i>D5 Маркетинг</i>
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>
Освітній рівень	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>1 курс, 1 семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	<i>3 кредити</i>
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Лекції – 10 год.</i>
	<i>Практичні (семінарські) – 24 год.</i>
	<i>Лабораторні – 10 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 46 год.</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Кафедра	<i>Кафедра маркетингу м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, http://www.dom.hneu.edu.ua/</i>
Викладач (-і)	<i>Бойко Наталя Олександрівна, к.е.н., доцент</i>
Контактна інформація викладача (-ів)	<i>nataleboyko@gmail.com +380975463889 Telegram</i>
Дні занять	<i>Лекція: згідно розкладу ХНЕУ ім. С.Кузнеця Практичні заняття: згідно розкладу ХНЕУ ім. С.Кузнеця</i>
Консультації	<i>На кафедрі маркетингу, онлайн відповідно до графіку консультацій; індивідуальні; чат ПНС</i>

Метою вивчення курсу “Вступ до фаху” є отримання студентами знань, які необхідні для виконання ними професійних обов'язків. В процесі навчання студенти ознайомляться з особливостями спеціальності “Маркетинг” кваліфікаційними характеристиками маркетолога, зі змістом структурно-логічною схемою навчанням, з навчальним планом та стандартами освіти з фаху Курс покликаний прищепити любов до майбутньої професії в процесі навчання.

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Постреквізити
Маркетинг
Поведінка споживача
Маркетингові дослідження
Маркетингові комунікації

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Система вищої освіти в Україні. Державний стандарт вищої освіти.



Тема 2. Порівняльний аналіз систем вищої освіти різних країн.

Тема 3. Професійно-кваліфікаційна характеристика фахівця з маркетингу, його роль в усіх сферах діяльності.

Теми 4 - 5. Чому маркетинг? Основи маркетингу, його концепції. Еволюція маркетингу як науки.

Тема 6. Структура маркетингової системи і особливості її функціонування.

Тема 7. Формування особистості майбутнього фахівця.

Тема 8. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів.

Теми 9 - 10. Маркетингові інструменти.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

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

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Максимальна сума за семестр – 100 балів; мінімальна необхідна сума - 60 балів.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, творчі та домашні завдання, презентації, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму.

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

Політика 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 оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни