



**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг»**

Спеціальність	073 «Менеджмент»
Освітня програма	073.040 Бізнес-адміністрування
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 5 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 12 год. Лабораторні – 12 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Маркетингу м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), http://www.eim.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Гриневич Людмила Володимирівна, д.е.н., доцент Ус Марина Ігорівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	ludmyla.grynevych@gmail.com marinaus_@ukr.net
Дні занять	Згідно діючого розкладу
Консультації	очні / дистанційні відповідно до графіку та за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні / групові
Мета навчальної дисципліни: Формування теоретичних знань і набуття практичних навичок використання конкретного маркетингового інструментарію у вирішенні актуальних управлінських завдань з орієнтацією на потреби й запити споживачів цільових ринків, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності різних суб'єктів ринку та їх позиціювання з набуттям здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності	
Передумови для навчання Перелік попередньо прослуханих дисциплін: економічна теорія, економіка підприємства, статистика, психологія, бухгалтерський облік, звітність підприємств, менеджмент Знати: сутність основних економічних процесів, основні функції управління та методи аналізу, статистичні критерії для обґрунтування імовірності настання певних подій, чинники впливу на макро- та мікроекономічне середовище, форми фінансової звітності, психологічні чинники впливу на поведінки індивідів та груп, методи формування бюджету на окремі види діяльності суб'єктів господарювання Вміти: аналізувати стан кон'юнктури ринку, класифікувати релевантні чинники впливу на явища бізнес-середовища, здійснювати розрахунки середніх показників та темпів росту й приросту, Володіти навичками: аналізу та визначення причино-наслідкових зв'язків між явищами, обґрунтування своєї позиції та ухвалення управлінських рішень	



Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Теоретико-методологічні основи маркетингу

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Тема 2. Маркетинг та задоволення потреб. Поведінка покупців

Тема 3. Структура маркетингової системи та особливості її функціонування

Тема 4. Маркетингові дослідження

Змістовий модуль 2 Формування комплексу маркетингу та організація маркетингової діяльності підприємства

Тема 5. Маркетингова товарна політика

Тема 6. Маркетингова цінова політика

Тема 7. Маркетингова політика збуту

Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика

Тема 9. Планування маркетингової діяльності підприємства

Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
ноутбук та проектор, Microsoft Excel, підключення до мережі Інтернет

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

Містить робочу програму навчальної дисципліни, робочий план (технологічну карту), презентації лекцій, завдання для практичних та лабораторних занять та методичні рекомендації до їх виконання, завдання для самостійної роботи студентів за темами, додаткові матеріали тощо

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів освіти враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні, лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

Оцінювання протягом семестру проводиться у формі оцінювання виконання завдань на практичних та лабораторних заняттях; оцінювання виконання творчих домашніх завдань, результати, яких супроводжуються підготовленими мультимедійними презентаціями, написанням контрольної роботи, складання комплексного модульного контролю у формі колоквіуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконанні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Оцінка студента формується таким чином:

оцінювання відвідованості та активної роботи на лекційних заняттях – максимум 6 балів (0,5 балів за кожне лекційне заняття);

оцінювання виконання завдань на практичних та лабораторних заняттях (12 завдань за 10 темами) – максимум 18 балів (при позитивному оцінюванні з кожного практичного завдання 1 бал, лабораторного – 2 бали – відповідно 6 та 12 балів максимум за кожен вид робіт);

оцінювання творчого завдання з проведення маркетингового дослідження і підготовки звіту за його результатами – максимум 7 балів. Оцінка роботи здійснюється у процесі відкритої співбесіди. Якщо робота виконана не в повному обсязі або захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;

представлення результатів та рекомендацій за творчим завданням з проведенного маркетингового дослідження у формі мультимедійної презентації – максимум 10 балів;

написання письмової контрольної роботи – максимум 7 балів.

складання комплексного модульного контролю – 12 балів: - теоретичне завдання – до 3 балів, 2 практичних завдання різного рівня складності – до 9 балів.

Здобувач не допускається до іспиту, якщо не виконав домашнє творче завдання та за підсумковим модульним письмовим оцінюванням отримав незадовільну оцінку. В особливих ситуаціях робота протягом семестру може бути виконана дистанційно: (за допомогою платформи Moodle).

Студенти, які мають рейтинговий бал за семестр менше 35 до заходу підсумкового семестрового контролю не допускаються.



Підсумковий контроль знань та компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену.

Екзаменаційний білет охоплює програму навчальної дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування здобувачами освіти компетентностей.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної «Відомості обліку успішності».

Здобувача слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: «60 і більше балів – зараховано», «59 і менше балів – не зараховано» та заноситься у залікову «Відомість обліку успішності» навчальної дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекції	6
Практичні заняття	6
Лабораторні заняття	12
Творче завдання (2 завдання)	17
Письмова контрольна робота	7
Колоквіум	12
Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100

Політики навчальної дисципліни

Політика дотримання академічної доброчесності

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних (модульних) робіт, колоквіуму заборонено (в тому числі із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації.

Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, модуль тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Політика щодо пропусків занять

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування чи семестрове навчання за кордоном), навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із деканатом та лектором навчальної дисципліни

Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 50% від відповідної кількості балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (зокрема, лікарняного)

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