



## Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг»

<b>Спеціальність</b>	051 «Економіка»
<b>Освітня програма</b>	6.051.020 «Економічна кібернетика» 6.051.060 «Економіка підприємства» 6.051.090 «Управління персоналом в бізнесі» 6.051.100 «Бізнес-статистика і аналітика» 6.051.130 «Міжнародна економіка» 6.051.170 «Економіка та економічна політика»
<b>Освітній рівень</b>	перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Обов'язкова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	3 курс, 5 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5 кредитів
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 16 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 84 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Екзамен
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), <a href="http://www.eim.hneu.edu.ua">http://www.eim.hneu.edu.ua</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Холодний Геннадій Олександрович, к.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	<a href="mailto:gprof1965@gmail.com">gprof1965@gmail.com</a>
<b>Дні занять</b>	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу</a> Практичні заняття: <a href="#">згідно діючого розкладу</a>
<b>Консультації</b>	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні
<b>Мета навчальної дисципліни:</b> формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та визначення її пріоритетів у сучасних умовах.	

### Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Економічна теорія	Фінанси
Мікроекономіка	Економічний аналіз
Макроекономіка	Управління проектами

**Знати:** концептуальні основи маркетингу; сутність і роль маркетингу в ринковій економіці; загальні принципи маркетингових відносин; базові категорії маркетингу; особливості використання маркетингового інструментарію у вирішенні актуальних управлінських завдань з орієнтацією на потреби й запити споживачів цільових ринків.

**Вміти:** виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники; оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень; обґрунтовувати управлінські рішення щодо розробки товарної, цінової, комунікаційної і збутової політики підприємства на основі



використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

*Володіти навичками: аналізу та визначення причино-наслідкових зв'язків між явищами, здійснення ситуаційного маркетингового аналізу.*

#### **Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1** *Маркетинг як економічна категорія і етапи його розвитку як методу управління на підприємстві*

**Тема 1. Сутність маркетингу. Етапи еволюції і концепції маркетингу**

**Тема 2. Потреби і мотивація споживачів**

**Тема 3. Основи поведінки споживача при виборі продукту**

**Змістовий модуль 2** *Система стратегічного маркетингу та інформаційна система маркетингу*

**Тема 4. Система стратегічного маркетингу**

**Тема 5. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингових досліджень**

**Тема 6. Маркетингові дослідження**

**Змістовий модуль 3** *Основні елементи комплексу оперативного маркетингу. Управління сучасними видами маркетингу*

**Тема 7. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики**

**Тема 8. Політика ціноутворення**

**Тема 9. Теорія маркетингової політики розподілу та збуту**

**Тема 10. Теорія маркетингових комунікацій**

**Тема 11. Маркетинговий менеджмент**

**Тема 12. Сучасні тенденції розвитку маркетингу**

#### **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, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Оцінювання протягом семестру проводиться у формі оцінювання виконання завдань на практичних заняттях; оцінювання виконання домашніх завдань, підготовлених мультимедійних презентацій, написанням контрольних робіт, складання комплексного модульного контролю у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконані завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Оцінка студента формується таким чином:

оцінювання роботи студента під час практичних занять – виконання завдань на практичних заняттях (8 завдань) – максимально 40 балів (при позитивному оцінюванні кожного завдання максимально в 5 балів). Якщо робота захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;

представлення результатів та рекомендацій у формі мультимедійної презентації – максимально 10 балів (при позитивному оцінюванні кожної з 2 презентацій максимально в 5 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля; максимальний бал за колоквиум – 5 (всього 2 модульних контролю у формі колоквиуму), загальна кількість балів модульного



контролю – 10.

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

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

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.

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".

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімум можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімум 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.*

#### **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 оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни***

Силабус затверджено на засіданні кафедри маркетингу «30» серпня 2023 р. Протокол № 1