



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр
 Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»,
073 «Менеджмент»
 Освітня програма 071 «Облік і оподаткування»,
073 «Менеджмент»
 Рік навчання 2, семестр 3
 Форма навчання денна
 Кількість кредитів ЄКТС 4
 Мова викладання українська

Лектор дисципліни

**Контактна інформація
лектора (e-mail)**

**Сторінка дисципліни на
moodle.nati.org.ua**

Македон Галина Миколаївна,
 к.е.н., ст. викладач кафедри менеджменту
g.makedon@ukr.net

<http://moodle.nati.org.ua/course/view.php?id=327>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

У процесі ринкових перетворень, що відбуваються в економіці нашої держави, більшість вітчизняних підприємств стикаються з проблемами збуту своєї продукції, фінансовими труднощами тощо. Переважно ці труднощі пов'язані з браком управлінського досвіду керівництва підприємством в умовах ринку та браком знань, які б допомогли виробникові розробити ринкову стратегію фірми. Саме тому вивчення маркетингу є дуже важливим етапом підготовки фахівців економічного профілю. Метою викладання дисципліни - формування у студента системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції. У процесі вивчення дисципліни реалізуються такі завдання: визначення місця маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства; вивчення принципів і організації маркетингу, маркетингового середовища, основних факторів макро- та мікро маркетингового середовища; вивчення процесу управління маркетингом: визначення типів ринків і мотивації споживачів; вивчення елементів комплексу маркетингу; вивчення стратегії фірм та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації і позиціонування.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1. Маркетинг як концепція ринкового управління				
Тема 1. Теоретичні основи маркетингу.	2/1	Розуміти сутність, зміст та завдання маркетингу та його сучасну концепцію;	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій. Виконання Практичного завдання, самостійної роботи в moodle	17
Тема 2. Види маркетингу та їх класифікація.	4/1	еволюцію економічних теорій як чинник виникнення маркетингу, класифікацію та характеристики маркетингу. Знати технологію проведення маркетингових досліджень, методику проведення товарної		17
Тема 3. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень.	4/2			18

Тема 4. Маркетингова товарна політика. Її сутність та структура.	4/2	політики, політики продажу та просування продукції; організації та контролю маркетингу. Розуміти особливості сучасного маркетингу, екологічні аспекти та ризика в маркетингу. Оцінювати, розраховувати та ранжувати маркетингові ризика, які зв'язані з виробничо-збутовою діяльністю підприємства.		18
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2. Дослідження оперативних елементів комплексу маркетингу				
Тема 5. Маркетингова цінова політика. Методи ціноутворення	4/2	Вміти формулювати завдання маркетингової діяльності підприємства на різних стадіях життєвого циклу організацій. Організовувати служби збуту та маркетингу на підприємстві з визначенням обов'язків та взаємозв'язку з іншими підрозділами та структурами. Вміти розробляти пропозиції щодо впровадження та Удосконалення маркетингових заходів по підвищенню показників комерційної діяльності на етапах життєвого циклу товару. Аналізувати рівень цін в системі ринкових характеристик товару, – володіти методикою оцінки проведення політики розподілу та продажу. Розуміти важливість проведення комунікаційної політики на підприємстві та вміти розробляти рекламні заходи.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в moodle	18
Тема 6. Маркетингова політика розподілу. Сутність позиціонування	4/2			18
Тема 7. Маркетингова політика комунікацій.	4/2			17
Тема 8. Рекламна кампанія та етапи її планування	4/2			17
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу		$R_{пр} = (0,7 (R_{1зм} + R_{2зм}) : 2$		70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання екзамену
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно