

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Відокремлений структурний підрозділ «Вишнянський фаховий коледж
Львівського національного університету природокористування»

ПОГОДЖЕНО

Завідувач економіко-правового
відділення

_____ Микола ЗАРІЦЬКИЙ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора з навчальної
роботи

_____ Марія ХРАБКО

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ

2022 – 2023

Опис навчальної дисципліни

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Форми здобуття освіти: денна

Освітня кваліфікація: Фаховий молодший бакалавр з менеджменту

Освітньо-професійна програма: Менеджмент

Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС): 150 год. 5 кредитів ЄКТС

Рік навчання III, семестр V, VI

Види занять: лекції, практичні і семінарські заняття

Види підсумкового контролю: залік

Методи навчання: словесні, наочні і практичні із застосуванням ігрових
форм, дистанційні методи навчання

Розробник _____ Надія РОЗДАЙБІДА

Голова робочої групи освітньо-професійної програми зі спеціальності
073 «Менеджмент»

_____ Надія РОЗДАЙБІДА

Обговорено та схвалено
на засіданні циклової комісії
економічних дисциплін
Протокол від ____ вересня 2022 № 2

ВИШНЯ 2022

Анотація

Вивчення дисципліни «Маркетинг» дозволить сформувати у студентів систему теоретичних знань щодо планування маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад, набути умінь застосовувати стратегії маркетингу на сучасному підприємстві; розвине здатність розробляти ефективні напрями розвитку підприємства; забезпечить уміння планувати та контролювати маркетингову діяльність.

Освітній процес з дисципліни здійснюється за такими формами: навчальні заняття; самостійна робота; навчальна практика; контрольні заходи. Видами навчальних занять згідно з навчальним планом є: лекції й практичні заняття, а також індивідуальні консультації.

Самостійна робота студентів полягає у засвоєнні вивченого навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача, а також у підготовці до практичних занять.

Консультації призначені для роз'яснення студентам теоретичних або практичних питань.

Мета і завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни "Маркетинг" є викладення принципів, завдань та функцій маркетингу, способів реалізації його основних політик - товарної, цінової, комунікацій і розподілення, а також напрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань і прищеплення вміння творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств; вивчення основних понять, категорій, систем, інструментарію та алгоритмів маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних ринкових проблем та ситуацій; формування вмінь творчого пошуку резервів маркетингової діяльності підприємства.

Цілі вивчення дисципліни - досягнення здобувачами сучасного конструктивного, фундаментального мислення та системи спеціальних знань у галузі маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, побудови ефективних ринкових відносин, прийняття рішень, теорії ризиків та здатності їх використовувати

Викладач

Роздайбіда Надія Миколаївна Тел. 097-66-21-296 e-mail. nadia rozdaybida@gmail.com	Спеціаліст вищої категорії, викладач-методист
---	---

Політика дисципліни (вимоги викладача)

Для успішного проходження курсу і засвоєння програмного матеріалу здобувач вищої освіти зобов'язаний: відвідувати навчальні заняття відповідно до встановленого розкладу, не запізнюватися, не пропускати заняття, а в разі хвороби надати довідку, самостійно вивчити матеріал пропущеного заняття, брати активну участь у навчальному процесі

Здобувач вищої освіти повинен виконувати і представляти завдання для самостійної роботи у визначені викладачем терміни.

Під час навчання у дистанційному режимі вимогою є відвідувати Google клас за посиланням <https://classroom.google.com/u/0/c/NTI3MzM0Mzk0NDkw> у визначений

розкладом час для опрацювання матеріалу на занятті, вчасно виходити на відеозв'язок та виконувати запропоновані завдання із дотриманням академічної доброчесності. Додаткові інструкції розміщуються у коментарях до курсу в класі Google.

Компетентності та програмні результати навчання

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 5. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 9. Здатність вникати в сутність явищ і процесів реального світу, свідомо використовувати наукові знання у пізнавальній і професійній діяльності.

СК 1. Розуміння принципів і норм права та використання їх у професійній діяльності.

СК 4. Здатність управляти підрозділом і налагоджувати необхідні комунікації в процесі управління.

СК 5. Здатність формувати і демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

СК 6. Здатність планувати, аналізувати, контролювати та оцінювати власну роботу і роботу інших працівників.

СК 8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних завдань.

СК 10. Розуміння принципів психології та використання їх у професійній діяльності.

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 5. Застосовувати сучасний інструментарій менеджменту під час розв'язання професійних завдань.

РН 6. Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для розв'язання професійних завдань.

РН 7. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі в професійній діяльності.

РН 8. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань.

РН 9. Пропонувати ефективні методи мотивування персоналу підприємства (підрозділу) для підвищення продуктивності праці.

РН 10. Демонструвати навички самостійної роботи, критики і самокритики, відкритості до нових знань.

РН 11. Здійснювати пошук, збирання, оброблення й аналізування інформації у професійній діяльності.

РН 13. Планувати, аналізувати, контролювати й оцінювати власну роботу і роботу інших осіб у професійній діяльності.

РН 14. Визначати основні економічні показники підприємства (підрозділу) для підвищення ефективності діяльності.

РН 15. Проявляти ініціативу та підприємливість для розвитку підприємства (підрозділу).

РН 16. Застосовувати знання з психології для розв'язання професійних завдань.

РН 17. Скласти організаційно-розпорядчі документи для забезпечення ефективної взаємодії у професійній діяльності.

РН 18. Демонструвати знання та навички щодо проведення експериментів, збору даних та моделювання; використовувати відповідні експериментальні дослідження та застосовувати дослідницькі навички за професійною тематикою; системно мислити та застосовувати творчі здібності до формування принципово нових ідей.

РН 19. Розробляти проекти у сфері управління, економічних та соціально-трудових відносин та керувати ними.

РН 20. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

Програма навчальної дисципліни

	Назва розділу, модуля, теми програми	за робочою навчальною програмою		
		всього	з них:	
			ауди тор них	само стій них
	I семестр			
1. 1	Суть, принципи та цілі маркетингу	10	4	6
1.2.	Маркетингове середовище	12	6	6
1.3.	Маркетингові дослідження	12	6	6
1.4	Сегментація ринку	12	6	6
2.1.	Маркетингова товарна політика	14	6	8
	Всього за I семестр	60	28	32
	II семестр			
2.2.	Маркетинг послуг	6	2	4
2.3.	Життєвий цикл товарів	12	6	6
2.4.	Цінова політика	12	6	6
2.5.	Маркетингова політика комунікацій	16	10	6
2.6.	Розподіл товарів	10	6	4
3.1.	Планування та контроль маркетингової діяльності	10	6	4
3.2.	Міжнародний маркетинг	8	4	4
3.3.	Особливості сільськогосподарського маркетингу	8	4	4
3.4.	Новітні технології в маркетингу	8	4	4
	Всього за II семестр	90	48	42
	Всього	150	76	74

Порядок оцінювання результатів навчання

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» використовуються наступні види контролю:

1. Поточний контроль – здійснюється протягом семестру шляхом опитування на практичних заняттях, перевірки виконання тестових завдань тощо.

2. Підсумковий семестровий контроль – здійснюється у формі заліку відповідно до графіка освітнього процесу.

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється за чотирибальною шкалою

Рекомендована література та інформаційні джерела для вивчення дисципліни

Основна

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001р. № 2210 зі змінами та доповненнями.

2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.91. № 1023 зі змінами та доповненнями.

3. Про рекламу: Закон України від 03.12.96. № 270 зі змінами та доповненнями.

4. Про ціни і ціноутворення: Закон України № 5007-VI від 21.06.2012 р. зі змінами та доповненнями.

5. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.

6. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: [Підручник] / І. В. Бойчук, О. М. Музика – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.

7. Буднікевич І.М. та ін. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 536 с.

8. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – Київ : Лібра, 2010.

9. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навч. посіб. – Київ : Стилос, 2011. – 294 с.

10. Іляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2005. – 234 с.

Додаткова

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою : навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.

2. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2010.

Інформаційні ресурси

1. Всеукраїнська рекламна коаліція [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: www.adcoalition.org.ua

3. Консалтингова компанія SalesMarketingSystem [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://sales-marketing.com.ua>

4. Маркетинг в Україні. Журнал [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>

6. Новий маркетинг. Журнал [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://marketing.web-standart.net/>

7. Українська асоціація маркетингу [Електронний ресурс]: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>

