



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг»

Рівень вищої освіти:	<u>перший</u> <u>(бакалаврський)</u>
Спеціальність:	<u>071«Облік і</u> <u>оподаткування»</u>
Освітня програма:	<u>«Облік і</u> <u>оподаткування»</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2022-2023 н.р., семестр 5</u>
Курс (рік навчання)	<u>III (3)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>4</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Валентина Лементовська
Профайллектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	v.lementovskij@gmail.com
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=145

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	➤ Формування у здобувачів вищої освіти наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття здатності використовувати маркетингові інструменти в практичній діяльності підприємств.
Завдання курсу	➤ Ознайомлення студентів з відповідними теоретичними поняттями, категоріями маркетингу, сучасними тенденціями в маркетингу. ➤ Опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах. ➤ Виховання здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.
Компетентності	➤ Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ➤ Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ➤ Здатність працювати в команді. ➤ Здатність працювати автономно. ➤ Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ➤ Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ➤ Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці. ➤ Здатність до відображення інформації про господарські операції

	<p>суб'єктів господарювання в фінансовому та управлінському обліку, їх систематизації, узагальнення у звітності та інтерпретації для задоволення інформаційних потреб осіб, що приймають рішення.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ідентифікувати та оцінювати ризики недосягнення управлінських цілей суб'єкта господарювання, недотримання ним законодавства та регулювання діяльності, недостовірності звітності, збереження й використання його ресурсів. ➤ Здатність застосовувати етичні принципи під час виконання професійних обов'язків.
Програмні результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем. ➤ Ідентифікувати та оцінювати ризики господарської діяльності підприємств. ➤ Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння їх ринкового позиціонування. ➤ Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження соціально-економічних явищ і господарських процесів на підприємстві. ➤ 17.Вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття. ➤ 20.Виконувати професійні функції з урахуванням вимог соціальної відповідальності, трудової дисципліни, вміти планувати та управляти часом.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні)	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)	Залучені стейкхолдери (спільне проведення аудит. занять)
Модуль 1					
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Походження та розуміння маркетингу. ➤ Основні поняття маркетингу. ➤ Концепції маркетингу. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 2.	2/2	➤ Принципи,	Опрацювання	4	-

Система та характеристика сучасного маркетингу.		завдання та функції маркетингу ➤ Система засобів маркетингу ➤ Види сучасного маркетингу	я лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 3. Маркетингові дослідження та інформація Topic 3. Marketing research and information	2/2	➤ Сутність та система маркетингових досліджень ➤ Маркетингова інформація ➤ Навколишнє бізнес-середовище та маркетингове середовище ➤ Маркетингове дослідження ринку ➤ Маркетингове дослідження підприємства The essence and system of marketing research Marketing information Business environment and marketing environment Marketing market research Marketing research of the enterprise	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Модульний контроль				7	-
Модуль 2					
Тема 4. Маркетингова товарна політика.	4/4	➤ Сутність маркетингової товарної політики ➤ Класифікація товарів і асортиментна політика ➤ Життєвий цикл товару ➤ Якість і конкурентоспроможність	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах,	4	

		<p>ть товару</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Товарні знаки й упаковка ➤ Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства 	<p>проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>		
Тема 5. Планування нових товарів.	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сутність поняття „новий товар” ➤ Алгоритм планування нових товарів ➤ Причини невдач нових товарів ➤ Сутність поняття „новий товар” 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	4	-
Тема 6. Маркетингова цінова політика.	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сутність маркетингової цінової політики ➤ Цілі цінової політики і фактори, що на неї впливають ➤ Цінові стратегії ➤ Управління цінами підприємства ➤ Види знижок 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, перегляд повної версії відеофільму «Як формується ціна на товари і послуги». Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	4	-
Тема 7. Методи маркетингового	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Методи прямого ціноутворення ➤ Непряме 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу.</p>	4	-

о ціноутворення.		маркетингове ціноутворення	Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно -методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій..	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сутність маркетингової політики комунікацій ➤ Процес маркетингових комунікацій 	Опрацюванн я лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно -методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	Співлектор: стекхолдер – роботодавець
Тема 9. Комплекс маркетингових комунікацій.	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Реклама ➤ Пропаганда ➤ Стимулювання збуту ➤ Персональний продаж ➤ Прямий маркетинг 	Опрацюванн я лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно -методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Модульний контроль				8	-
Модуль 3					
Тема 10. Маркетингова політика	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1. Сутність маркетингової політики розподілу 	Опрацюванн я лекційного матеріалу.	4	-

розподілу.		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2. Маркетингові системи ➤ 3. Форми організації оптової торгівлі ➤ 4. Види роздрібно́ї торгівлі ➤ 5. Основи збутової логістики ➤ Посередницька діяльність 	Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 11. Управління каналами розподілу.	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Оцінка каналів розподілу ➤ Організація оптової та роздрібно́ї торгівлі ➤ Логістика фізичного розподілу 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 12. Організація та контроль маркетингу.	2/2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Організація маркетингової діяльності підприємстві на ➤ Контроль маркетингової діяльності підприємства 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Модульний контроль				7	-
Всього за курс	30/30			70	

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо).
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

РОЗПОДІЛ БАЛІВ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Поточний (модульний контроль)														Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						Змістовий модуль 3						
19 балів				32 бал						19 балів						
T 1	T 2	T 3	Модульний контроль	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	Модульний контроль	T 10	T 11	T 12	Модульний контроль	30	
4	4	4	7	4	4	4	4	4	4	8	4	4	4	7		

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання

0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	----------	--