

**Силабус
освітнього компоненту ПО12**

«Маркетинг»

Назва дисципліни:	Маркетинг
Рівень вищої освіти:	перший (бакалаврський) рівень
Галузь знань:	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність:	051 Економіка
Освітньо-професійна програма:	Економіка
Сторінка курсу в Moodle:	https://dl2022.khadi-kh.com/course/view.php?id=249
Обсяг освітнього компоненту	4 кредити (120 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Консультації:	за графіком
Назва кафедри:	економіки і підприємництва
Мова викладання:	українська
Керівник курсу:	Деділова Тетяна Вікторівна, к.е.н., доцент
Контактний телефон:	(050)2818328
E-mail:	dedilova@ukr.net

Короткий зміст освітнього компоненту:

Метою є формування компетентностей щодо розуміння основних положень теорії маркетингу, організації та провадження маркетингової діяльності у сучасних умовах.

Предмет: загальні закони і закономірності розвитку маркетингу, система маркетингової взаємодії суб'єктів господарювання, процеси управління маркетингом.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- ознайомлення здобувачів із теорією та сучасною практикою маркетингу;
- набуття здобувачами вміння аналізувати маркетингові стратегії суб'єктів господарювання;
- закріплення навичок самостійного обґрунтування маркетингових рішень;
- розвиток дослідницьких та організаторських здібностей у здобувачів під час планування та провадження маркетингової діяльності сучасного підприємства;
- набуття навичок самостійного використання інструментів маркетингу.

Передумови для вивчення освітнього компоненту:

ПО 6 «Економіка підприємства».

Компетентності, яких набуває здобувач:

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК4. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.

СК10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.

СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

Результати навчання:

ПРН6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПРН13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПРН15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

ПРН21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

Тематичний план

№ теми	Назва тем (ЛК, ЛР, ПР, СЗ, СР)	Кількість годин	
		очна	заочна
1	ЛК. Сутність маркетингу та його сучасні концепції	2	-
	ПР. Аналіз вихідних понять маркетингу	2	-
	СР. Основні завдання щодо застосування маркетингових концепцій в сучасних умовах функціонування економіки України. Маркетинг в контексті цілей сталого розвитку.	2	4
	Проміжне тестування №1		
2	ЛК. Класифікація та характеристики маркетингу	2	-
	СР. Побудова логічних ланцюгів «потреба-товар». Порівняння існуючих класифікацій маркетингу. Фактори маркетингового середовища.	4	4
	Проміжне тестування №2		
	ЛК. Маркетингові дослідження	2	1
3	ПР. Маркетингові дослідження на підприємстві	2	-
	СР. Сучасні напрями та інструменти маркетингових досліджень. Кейси маркетингових досліджень (робота з Інтернет). Онлайн тренінг «Практикуємо маркетингові дослідження».	4	10
	Складання аналітичних звітів за результатом онлайн тренінгу.		
	Проміжне тестування №3		
4	ЛК. Маркетингова товарна політика	2	-
	ПР. Аналіз ємності ринку. Товарний аналіз	2	2
	СР. Торговельні марки та бренди: історія та сучасна практика. Загальна характеристика товарної політики в структурі маркетингової стратегії підприємства.	4	6
	Проміжне тестування №4		
5	ЛК. Концепція ЖЦТ та маркетинг-мікс	2	1
	ПР. Функції маркетингу і маркетинг-мікс	2	-
	СР. Розробка SIVA-моделей. Маркетинговий комплекс підприємства (4P, 5P, 7P, SIVA, 4C, 5C та ін.).	4	6
	Проміжне тестування №5		
6	ЛК. Конкурентоспроможність як категорія маркетингу	2	-
	ПР. Оцінка конкурентоспроможності	2	-

	СР. Конкурентний аналіз діяльності ринкових суб'єктів. Методи оцінки конкурентоспроможності. Проміжне тестування №6	6	8
7	ЛК. Маркетингова цінова політика	2	-
	ПР. Ціноутворення у маркетингу	2	-
	СР. Особливості маркетингового ціноутворення. Актуальні питання провадження маркетингу підприємствами і організаціями транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України. Проміжне тестування №7	6	6
8	ЛК. Маркетингова політика продажів. Стимулювання збуту	2	1
	ПР. Сегментація ринку і позиціонування товару	2	-
	СР. Сегментація ринку та її роль у маркетингу. Проектна робота «Інструменти та методи стимулювання продажів». Проміжне тестування №8	6	8
9	ЛК. Реклама як основний канал маркетингових комунікацій	2	-
	СР. Інтерактивний блок «Цікаво про рекламу». Канали маркетингових комунікацій: особливості та сучасні тенденції використання. Проміжне тестування №9	4	8
	ЛК. Організація маркетингу	2	-
10	СР. Місце маркетингових підрозділів в організаційній структурі підприємства. Розробка «дерева цілей» для маркетингової діяльності СТО. Проміжне тестування №10	4	6
	ЛК. Планування і контроль маркетингу	2	-
	ПР. Стратегічний маркетинговий аналіз	2	2
11	СР. Місце та роль маркетингової стратегії у складі функціональних стратегій підприємства. Маркетингові засади бізнес-планування. Маркетингові засади розробки канви бізнес-моделі СТО. Проміжне тестування №11	4	6
	ЛК. Загальні питання цифрового маркетингу	2	-
	СР. Сучасні тенденції розвитку e-commerce. Онлайн курс «Цифровий маркетинг» на платформі Prometheus. Проміжне тестування №12	8	14
13	ЛК. SEO оптимізація сайту	2	1
	СР. Онлайн симулятор від Дія.Освіта «SEO-спеціаліст». Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Основні кроки просування сайту». Проміжне тестування №13	4	6
14	ЛК. PPC як канал цифрового маркетингу	2	1
	СР. Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Менеджер в Google Ads». Проміжне тестування №14	4	6
15	ЛК. SMM маркетинг	2	1
	СР. Онлайн симулятор від Дія.Освіта «SMM-спеціаліст». Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Таргетолог». Проміжне тестування №15	4	6
16	ЛК. Інструменти цифрової маркетингової аналітики	2	-
	СР Показники оцінки ефективності цифрових рекламних кампаній. Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Email-маркетолог». Проміжне тестування №16	4	6
Разом	ЛК	32	6
	ПР	16	4
	СР	42	80

	Підготовка та складання екзамену	30	30
	Разом	120	120

Методи навчання:

- словесний метод (лекція, пояснення, розповідь, опитування);
- наочний метод (ілюстрація, демонстрація, презентація, навчальні відео);
- практичний метод (практичні заняття, форуми);
- інтерактивний метод (симулятори, кейси, онлайн-ігри, проєктні ігри, інтерактивна онлайн-дошка).

Система оцінювання та вимоги:

Поточна успішність

1 Поточна успішність здобувачів за виконання навчальних видів робіт на навчальних заняттях і за виконання завдань самостійної роботи оцінюється за допомогою чотирибальної шкали оцінок з наступним перерахуванням у 100-бальну шкалу. Під час оцінювання поточної успішності враховуються всі види робіт, передбачені навчальною програмою.

1.1 Лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання конкретизованих завдань.

1.2 Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання, виконання та оформлення практичної роботи.

1.3 Семінарські заняття оцінюються якістю виконання індивідуального завдання/реферату.

2 Оцінювання поточної успішності здобувачів вищої освіти здійснюється на кожному практичному чи семінарському занятті за чотирибальною шкалою («5», «4», «3», «2») і заносяться у журнал обліку академічної успішності:

– «відмінно»: здобувач бездоганно засвоїв теоретичний матеріал, демонструє глибокі знання з відповідної теми або навчальної дисципліни, основні положення;

– «добре»: здобувач добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного;

– «задовільно»: здобувач в основному опанував теоретичні знання навчальної теми, або дисципліни, орієнтується у першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, невпевнено відповідає на додаткові питання, не має стабільних знань; відповідаючи на питання практичного характеру, виявляє неточність у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою професією;

– «незадовільно»: здобувач не опанував навчальний матеріал теми (дисципліни), не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутнє наукове мислення, практичні навички не сформовані.

3 Підсумковий бал за поточну діяльність визнається як середньоарифметична сума балів за кожне заняття, за індивідуальну роботу, поточні контрольні роботи за формулою:

$$K^{поточ} = \frac{K1 + K2 + \dots + Kn}{n},$$

де $K^{поточ}$ – підсумкова оцінка успішності за результатами поточного контролю

$K_1, K_2, \dots, K_n$ – оцінка успішності n -го заходу поточного контролю;

n – кількість заходів поточного контролю.

Оцінки конвертуються у бали згідно шкали перерахунку (табл. 1).

Таблиця 1 – Перерахунок середньої оцінки за поточну діяльність у багатобальну шкалу

4-бальна шкала	100-бальна шкала	4-бальна шкала	100-бальна шкала	4-бальна шкала	100-бальна шкала	4-бальна шкала	100-бальна шкала
5	100	4,45	89	3,90	78	3,35	67
4,95	99	4,4	88	3,85	77	3,3	66
4,9	98	4,35	87	3,80	76	3,25	65
4,85	97	4,3	86	3,75	75	3,2	64
4,8	96	4,25	85	3,7	74	3,15	63
4,75	95	4,20	84	3,65	73	3,1	62
4,7	94	4,15	83	3,60	72	3,05	61
4,65	93	4,10	82	3,55	71	3	60
4,6	92	4,05	81	3,5	70	від 1,78 до 2,99 повторне складання	
4,55	91	4,00	80	3,45	69	від 0 до 1,77	від 0 до 34
4,5	90	3,95	79	3,4	68	повторне вивчення	

Підсумкове оцінювання

1 Екзамен проводиться після вивчення всіх тем дисципліни і складається здобувачами вищої освіти в період екзаменаційної сесії.

2 До екзамену допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі види робіт, передбачені навчальним планом з дисципліни:

- були присутні на всіх аудиторних заняттях;
- своєчасно відпрацювали всі пропущені заняття;
- набрали мінімальну кількість балів за поточну успішність (не менше 60 балів, що відповідає за національною шкалою «3»).

Якщо поточна успішність з дисципліни нижче ніж 60 балів, здобувач вищої освіти має можливість підвищити свій поточний бал до мінімального до початку екзаменаційної сесії.

3 Оцінювання знань здобувачів при складанні екзамену здійснюється за 100-бальною шкалою.

Оцінювання знань здобувачів шляхом тестування здійснюється за шкалою:

- «Відмінно»: не менше 90 % правильних відповідей;
- «Дуже добре»: від 82 % до 89 % правильних відповідей;
- «Добре»: від 74 % до 81 % правильних відповідей;
- «Задовільно»: від 67 % до 73% правильних відповідей;
- «Задовільно достатньо»: від 60 % до 66 % правильних відповідей;
- «Незадовільно»: менше 60 % правильних відповідей.

4 Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середньозважена оцінка, що враховує загальну оцінку за поточну успішність і оцінку за складання екзамену.

5 Розрахунок загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни проводиться за формулою:

$$PK^{екз} = 0,6 \cdot K^{поточ} + 0,4 \cdot E,$$

де $PK^{екз}$ – підсумкова оцінка успішності з дисциплін, формою підсумкового контролю для яких є екзамен;

$K^{поточ}$ – підсумкова оцінка успішності за результатами поточного контролю (за 100-бальною шкалою);

E – оцінка за результатами складання екзамену (за 100-бальною шкалою).

0,6 і 0,4 – коефіцієнти співвідношення балів за поточну успішність і складання екзамену.

6 За виконання індивідуальної самостійної роботи та участь у наукових заходах здобувачам нараховуються додаткові бали.

6.1 Додаткові бали додаються до підсумкової оцінки з дисципліни, підсумковою формою контролю для якої є екзамен.

6.2 Кількість додаткових балів, яка нараховується за різні види індивідуальних завдань, залежить від їх об'єму та значимості:

– призові місця з дисципліни на міжнародному/всеукраїнському конкурсі наукових студентських робіт – 20 балів;

– призові місця з дисципліни на всеукраїнських олімпіадах – 20 балів;

– участь у міжнародному/всеукраїнському конкурсі наукових студентських робіт – 15 балів;

– участь у міжнародних/всеукраїнських наукових конференціях студентів та молодих вчених – 12 балів;

– участь у всеукраїнських олімпіадах з дисципліни – 10 балів;

– участь в олімпіадах і наукових конференціях ХНАДУ з дисципліни – 5 балів;

– виконання індивідуальних науково-дослідних (навчально-дослідних) завдань підвищеної складності – 5 балів;

– участь у курсах неформальної освіти, що підтверджена відповідними сертифікатами – 5-10 балів (в залежності від складності та обсягів курсу).

6.3 Кількість додаткових балів не може перевищувати 20 балів.

7 Загальна підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни не може перевищувати 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни визначається згідно зі шкалою, наведеною в табл. 2.

Таблиця 2 – Шкала оцінювання знань здобувачів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою екзамен	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Критерії
90-100	Відмінно	A	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до максимального
80-89	Добре	B	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою екзамен	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Критерії
75-79	Задовільно	C	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, деякі практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками
67-74		D	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, можливо, містять помилки
60-66		E	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, багато передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального.
35-59	Незадовільно	FX	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання)
0-34	Неприйнятно	F	Теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до якого-небудь значущого підвищення якості виконання навчальних завдань (з обов'язковим повторним курсом)

Політика курсу:

- курс передбачає роботу в колективі, середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики;
- освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу;
- самостійна робота передбачає вивчення окремих тем навчальної дисципліни, які винесені відповідно до програми на самостійне опрацювання, або ж були розглянуті стисло;
- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;
- якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача;
- під час вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні дотримуватись правил академічної доброчесності, викладених у таких документах: «Правила академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНАДУ», «Академічна доброчесність. Перевірка тексту академічних, наукових та кваліфікаційних робіт на плагіат», «Морально-етичний кодекс учасників освітнього процесу ХНАДУ»;

– у разі виявлення факту плагіату здобувач отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі;
– списування під час контрольних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Рекомендована література

Основна література

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: підручник. К.: Центр навчальної літератури (ЦНЛ), 2019. 612 с.
2. Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
3. Палига Є.М., Гіряк О.М., Лазановський П.П. Маркетинг: підручник. Львів: Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
4. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник, 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
6. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. К.: КиМУ, 2022. 228 с.
7. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг: навчальний посібник / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
8. Тімонін О.М., Небилиця О.А. Маркетинг: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент». Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 152 с.

Додаткова література

1. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Х.: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
2. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
3. Інтернет-маркетинг: кейси, тренди, інструменти спецкурс для КНУКІМ. 2019. URL: <https://marketing.link/uk/internet-marketing-kejsi-trendi-instrumenti-iii/>
4. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С., Калмикова Н.Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібник. Одеса, 2020. 68 с.
5. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н.Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
6. Перевозова І.В., Юрченко Н.Б. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. 256 с.
7. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. Дніпро: Видавець, 2019. 240 с.
8. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч.1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Х.: ХДУХТ, 2018. 116 с.
9. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: навчальний наочний посібник; уклад. Л.П. Артеменко. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.

Інформаційні ресурси

1. «Цифровий маркетинг». Онлайн курс на MOOC платформі «Prometheus». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1

2. Онлайн симулятор «Email-маркетолог». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/email-marketing-simulator>
3. Онлайн симулятор «SEO-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/seo-specialist-simulator>
4. Онлайн симулятор «SMM-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/smm-specialist-simulator>
5. Онлайн симулятор «Менеджер в Google Ads». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/manager-ga-simulator>
6. Онлайн симулятор «Основні кроки просування сайту». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/basic-steps-of-website-promotion-simulator>
7. Онлайн симулятор «Таргетолог». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/targetologist-simulator>

Розробник
силабусу навчальної дисципліни



Тетяна ДЕДІЛОВА

Гарант
освітньо-професійної програми



Інна ШЕВЧЕНКО

Завідувач кафедри



Оксана ДМИТРИЄВА