

Силабус
Вибіркового компоненту ВК

Основи маркетингу

Назва дисципліни:	Основи маркетингу
Рівень вищої освіти:	перший (бакалаврський)
Сторінка курсу в Moodle:	https://dl2022.khadi-kh.com/course/view.php?id=1625
Обсяг освітнього компоненту	4 кредити (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Залік
Консультації:	за графіком
Назва кафедри:	кафедра економіки і підприємництва
Мова викладання:	державна
Керівник курсу:	Поясник Георгій Володимирович, к.т.н., доцент
Контактний телефон:	+380504013182
E-mail:	E-mail: smallsneyke@gmail.com

Короткий зміст освітнього компоненту:

Метою є формування системи знань щодо предмета та суті маркетингової діяльності, її методологічних основ, місця в діяльності підприємств; базових навичок маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності.

Предмет: теоретико-методологічні основи маркетингової діяльності підприємств на промисловому, споживчому ринках, ринку транспортних послуг.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: надання студентам знань щодо місця маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства, принципів і функцій маркетингу, маркетингового середовища організації, основних етапів маркетингової діяльності, процесу управління маркетингом, специфіки промислового, споживчого ринків, ринку транспортних послуг, а також навчання навичкам аналізу ринку і розробки маркетингових стратегій підприємств.

Передумови для вивчення освітнього компоненту: вивчення цієї дисципліни не потребує спеціальної підготовки, програма середньої школи є достатньою, крім того: Економічна теорія (бажано); Основи економіки транспорту (бажано).

Компетентності, яких набуває здобувач:

Загальні компетентності:

- Навики використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність працювати автономно та в команді.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

Спеціальні (фахові) компетентності:

- Здатність аналізувати та прогнозувати параметри і показники функціонування транспортних систем та технологій з урахуванням впливу зовнішнього середовища.
- Здатність оптимізувати логістичні операції та координувати замовлення на перевезення вантажів від виробника до споживача, дотримуватись законів, правил та вимог систем управління якістю.
- Здатність оцінювати та забезпечувати ергономічну ефективність транспортних технологій.
- Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, автоматизовані системи керування та геоінформаційні системи при організації перевізного процесу.

Результати навчання відповідно до освітньої програми:

- Критично оцінювати наукові цінності і досягнення суспільства у розвитку транспортних технологій.
- Досліджувати транспортні процеси, експериментувати, аналізувати та оцінювати параметри транспортних систем та технологій.
- Формулювати, модифікувати, розробляти нові ідеї з удосконалення транспортних технологій.

Тематичний план

№ теми	Назва тем (ЛК, ЛР, ПР, СЗ, СР)	Кількість годин	
		очна	заочна
1	ЛК Сутність маркетингу та його сучасна концепція.	2	1
	ПР Аналіз вихідних понять маркетингу.	2	2
	СР Маркетингове середовище.	8	10
	Онлайн курс Prometheus Цифровий маркетинг https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about	4	4
2	ЛК Базові поняття та характеристика сучасного маркетингу.	2	1
	ПР Система і характеристика сучасного маркетингу.	2	1

	СР Ринок: визначення, класифікація, ринкова інфраструктура	10	12
3	ЛК. Поняття маркетингового дослідження.	2	1
	ПР Маркетингові дослідження.	2	-
	СР Аналіз маркетингових можливостей фірми.	8	12
	Дія. Освіта. Симулятор. «Email-маркетолог» https://osvita.diia.gov.ua/simulators/email-marketing-simulator	4	4
4	ЛК Товарна політика в системі маркетингу.	2	-
	ПР Маркетингова товарна політика.	2	1
	СР Особливості маркетингу послуг. Класифікація послуг. Принципи маркетингу послуг.	10	14
5	ЛК Конкуренція як категорія маркетингу	2	1
	ПР Тактика і стратегія маркетингу фірми	2	-
	СР Цінова політика в комплексі маркетингу.	10	14
6	ЛК Маркетингова політика комунікацій.	2	-
	ПР Інтегровані маркетингові комунікації.	2	-
	СР Моделі поведінки споживачів. Напрямки визначення потенційного ринку.	10	14
7	ЛК Збутова політика підприємства. Сучасна рекламна діяльність.	2	-
	ПР Маркетингова політика розподілу.	2	-
	СР Маркетинг в стратегії CRM.	10	14
8	ЛК Планування, організація і контроль маркетингової діяльності.	2	-
	ПР Планування, організація і контроль маркетингової діяльності.	2	-
	СР Автоматизація маркетингу.	8	10
	Онлайн курс Prometheus Комунікаційні інструменти для побудови репутації https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about	6	4
Усього за семестр ЛК		16	4
Усього за семестр ПР		16	4
Усього за семестр СР		88	112
УСЬОГО за дисципліною		120	120

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (за наявності): немає

Методи навчання:

Словесні методи: лекції, пояснення, розповідь.

Наочні методи: метод ілюстрацій та демонстрацій, перегляд відео.

Практичні методи: практичні завдання, онлайн-курси.

Система оцінювання та вимоги:**Поточна успішність****Підсумкове оцінювання**

1 Здобувач вищої освіти отримує залік на останньому занятті з дисципліни за результатами поточного оцінювання. Середня оцінка за поточну діяльність конвертується у бали за 100-бальною шкалою, відповідно до таблиці перерахунку (таблиця 1).

Здобувачі вищої освіти, які мають середню поточну оцінку з дисципліни нижче «3» (60 балів), на останньому занятті можуть підвищити свій поточний бал шляхом складання тестів з дисципліни.

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.

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	від 35 до 59
						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	

2 Умовою отримання заліку є:

- відпрацювання всіх пропущених занять;
- середня поточна оцінка з дисципліни не нижче «3» (60 балів).

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

3.1 Додаткові бали додаються до суми балів, набраних здобувачем вищої освіти за поточну навчальну діяльність (для дисциплін, підсумковою формою контролю для яких є залік), або до підсумкової оцінки з дисципліни, підсумковою формою контролю для якої є екзамен.

3.2 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.

3.3 Кількість додаткових балів не може перевищувати 20 балів.

4 Результат навчання оцінюється:

- за 100-бальною шкалою (для диференційного заліку) згідно з таблицею 2. Підсумкова оцінка разом з додатковими балами не може перевищувати 100 балів.

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

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ЄКТС	
	екзамен	залік	Оцінка	Критерії
90-100	Відмінно	Зараховано	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

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ЄКТС	
	екзамен	залік	Оцінка	Критерії
80–89	Добре	Зараховано	В	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
75-79			С	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	Задовільно		Д	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			Е	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.

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ЄКТС	
	екзамен	залік	Оцінка	Критерії
35–59	Незадовільно	Не зараховано	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			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» (https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_67_01_dobroch_1.pdf), «Академічна доброчесність. Перевірка тексту академічних, наукових та кваліфікаційних робіт на плагіат»

(https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_85_1_01.pdf,
«Морально-етичний кодекс учасників освітнього процесу ХНАДУ
(https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_67_01_MEK_1.pdf)).

- 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 екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Рекомендована література: *(література не пізніше 10 років, окрім 1 фундаментального класичного підручника або монографії)*

1. Маркетинг : навч. посіб. / В. Липчук, Р. Дудяк, С. Бугіль, Я. Янишин ; за заг. ред. В. В. Липчука. - Львів : "Магнолія 2006", 2017. - 456 с.. - ISBN 978-617-574-053-8
2. Липчук, В. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / В. В. Липчук, Л. В. Погребняк. - Львів : "Магнолія 2006", 2017. - 352 с.. - ISBN 978-617-574-037-8
3. Бойчук, І. В. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. для студ. вузів / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів ; М-во освіти і науки України, Львів. комерц. акад. - К. : Центр учб. л-ри, 2014. - 359 с.. - ISBN 978-966-617-673-278-5
4. Приходько Д.О. Маркетинг: навч.посіб. / Д.О.Приходько. Х.:ФОП Бровін О.В., 2019. – 240 с.
5. Череп О.Г. Маркетинг, Навчальний посібник. – Кондор. 2021, - 728 с. – ISBN 978-617-7939-82-4.
6. Ковшова І. Путівник з маркетингу: навчальний посібник. – Києво-Могилянська Академія. – 2017. – 176 с. – ISBN 978-966-518-750-9
7. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – КМ Букс. – 2019. – 208 с. - ISBN 978-966-948-334-8
8. Філіп Котлер. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. – «Альпіна Паблішер Україна» - 2021. – 252 с. – ISBN 978-617-7858-65-1.
9. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / За ред. Буднікевич І.М. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 536 с.
10. Філановський О. Головна маркетингова книга. – Фабула. 2018, - 304 с.

Додаткові джерела:

1. дистанційний курс: <https://dl2022.khadi-kh.com/course/view.php?id=1625>
2. Конспект лекцій з дисципліни «Основи маркетингу» для студентів

денної та заочної форми навчання галузі знань 27 «Транспорт» за спеціальністю «275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://files.khadi.kharkov.ua/upravlinnya-ta-biznesu/ekonomiki-pidpriemstva/item/14718-osnovy-marketynhu.html>

3. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Основи маркетингу» для студентів денної та заочної форми навчання галузі знань 27 «Транспорт» за спеціальністю «275.03 «Транспортні технології (на автомобільному транспорті)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/upravlinnya-ta-biznesu/ekonomiki-pidpriemstva/item/14698-osnovy-marketynhu.html>

4. Онлайн курс Prometheus Цифровий маркетинг
https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about

5. Дія. Освіта. Симулятор. «Email-маркетолог»
<https://osvita.diia.gov.ua/simulators/email-marketing-simulator>

6. Онлайн курс Prometheus Комунікаційні інструменти для побудови репутації
https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about

Розробник силабусу
навчальної дисципліни, к.т.н., доц.



Георгій ПОЯСНИК
ПІБ

Завідувач кафедри економіки і
підприємництва, д.е.н., проф.



Оксана ДМИТРИЄВА
ПІБ