

**Силабус
вибіркового освітнього компоненту
«Основи маркетингу»**

Назва дисципліни:	Основи маркетингу
Рівень вищої освіти:	перший (бакалаврський)
Сторінка курсу в Moodle:	https://dl2022.khadi-kh.com/course/view.php?id=5971
Обсяг освітнього компоненту	4 кредити (120 годин)
Форма підсумкового контролю	залік
Консультації:	за графіком
Назва кафедри:	економіки і підприємництва
Мова викладання:	українська
Керівник курсу:	Деділова Тетяна Вікторівна, к.е.н., доцент
Контактний телефон:	+380(50) 281 83 28
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 студентів із теорією та сучасною практикою маркетингу;
- набуття студентами вміння аналізувати маркетингові стратегії суб'єктів господарювання;
- закріплення навичок самостійного обґрунтування маркетингових рішень;
- розвиток дослідницьких та організаторських здібностей у студентів під час планування та провадження маркетингової діяльності сучасного підприємства;
- набуття навичок самостійного використання інструментів маркетингу.

Компетентності, яких набуває здобувач:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність визначати та описувати характеристики організації з позиції маркетингу.
- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- Здатність визначати перспективи розвитку організації.
- Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
- Здатність обирати і використовувати сучасний інструментарій маркетингу.
- Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

Результати навчання:

Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Тематичний план

№ теми	Назва тем (ЛК, ЛР, ПР, СЗ, СР)	Кількість годин	
		очна	заочна
1	2	3	4
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.	4	10
	Проміжне тестування №1.		
2	ЛК Класифікація та характеристики маркетингу.	2	-
	ПР Функції маркетингу і маркетинг-мікс.	2	1
	СР Побудова логічних ланцюгів «потреба-товар». Порівняння існуючих класифікацій маркетингу. Фактори маркетингового середовища.	6	10
	Проміжне тестування №2.		
3	ЛК Маркетингові дослідження.	2	-
	ПР Маркетингові дослідження на підприємстві.	2	-
	СР Сучасні напрями та інструменти маркетингових досліджень. Кейси маркетингових досліджень (робота з Інтернет). Онлайн тренінг «Практикуємо маркетингові дослідження». Складання аналітичних звітів за результатом онлайн тренінгу.	10	12
	Проміжне тестування №3.		
4	ЛК Маркетингова товарна політика.	4	1
	ПР Оцінка ємності ринку. Товарний аналіз.	2	-
	СР Торговельні марки та бренди: історія та сучасна практика. Загальна характеристика товарної політики в структурі маркетингової стратегії підприємства. Розробка SIVA-моделей. Маркетинговий комплекс підприємства (4P, 5P, 7P, SIVA).	10	12
	Проміжне тестування №4.		
5	ЛК Конкурентоспроможність як категорія маркетингу.	1	-
	ПР Оцінка конкурентоспроможності .	2	-
	СР Конкурентний аналіз діяльності ринкових суб'єктів. Методи оцінки конкурентоспроможності.	8	10
	Проміжне тестування №5.		
6	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.	8	10
	Проміжне тестування №6.		
7	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».	8	12
	Проміжне тестування №7.		

1	2	3	4
8	ЛК Реклама як основний канал маркетингових комунікацій.	4	-
	ПР -	-	-
	СР Інтерактивний блок «Цікаво про рекламу». Канали маркетингових комунікацій: особливості та сучасні тенденції використання. Проміжне тестування №8.	8	12
9	ЛК Організація, планування і контроль маркетингу.	1	-
	ПР Стратегічний маркетинговий аналіз.	2	1
	СР Місце та роль маркетингової стратегії у складі функціональних стратегій підприємства. Маркетингові засади бізнес-планування. Маркетингові засади розробки канви бізнес-моделі СТО. Проміжне тестування №9.	8	10
10	Загальні питання цифрового маркетингу.	4	2
	ПР -	-	-
	СР Сучасні тенденції розвитку e-commerce. Онлайн курс «Цифровий маркетинг» на платформі Prometheus. Онлайн симулятор від Дія.Освіта «SMM-спеціаліст». Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Таргетолог». Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Менеджер в Google Ads». Онлайн симулятор від Дія.Освіта «Основні кроки просування сайту». Проміжне тестування №10.	10	16
Разом	ЛК	24	4
	ПР	16	2
	СР	80	114

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (за наявності): не передбачено.

Методи навчання: лекції, пояснення, розповідь, форуми, опитування; презентації, схеми, таблиці, інфографіка; відеоролики; практичні заняття, есе, симулятори, кейси; інтерактивні дошки, онлайн гра Kahoot; проєктний підхід.

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-бальною 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 Лабораторні заняття оцінюються якістю виконання звітів про виконання лабораторних робіт.

1.4 Семінарські заняття оцінюються якістю виконання індивідуального завдання/реферату.

2 Оцінювання поточної успішності здобувачів вищої освіти здійснюється на кожному практичному занятті (лабораторному чи семінарському) 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 формуюлю:

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

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

$K1, K2, \dots, Kn$ – оцінка успішності n -го заходу поточного контролю;

n – кількість заходів поточного контролю.

Оцінки конвертуються у бали згідно шкали перерахунку (таблиця 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	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	

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 ніж «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.

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 (*обрати потрібне*):

- за двобальною шкалою (зараховано/не зараховано) згідно з таблицею 2;
- за 100-бальною шкалою (для диференційованого заліку) згідно з таблицею 3.

Підсумкова оцінка разом з додатковими балами не може перевищувати 100 балів.

Таблиця 2 – Шкала переведення балів у національну систему оцінювання

За 100-бальною шкалою	За національною шкалою
від 60 балів до 100 балів	зараховано
менше 60 балів	незараховано

Таблиця 3 – Шкала оцінювання знань здобувачів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою залік	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Критерії
90-100	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
80-89		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
75-79		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	Не зараховано	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		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)*

Основна література

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства: Підручник. Київ: 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., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг: підруч. 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. Київ. 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. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
8. Тімонін О. М., Небилиця О. А. Маркетинг: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030601 "Менеджмент". Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 152 с.

Додаткова література

1. Деділова Т. В. Дистанційний курс «Маркетинг». URL: <https://dl2022.khadi-kh.com/course/view.php?id=5971>
2. Зоріна О. І., Сиволовська О. В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
3. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Інтернет-маркетинг: кейси, тренди, інструменти спецкурс для КНУКІМ. 2019. URL: <https://marketing.link/uk/internet-marketing-kejsi-trendi-instrumenti-iii/>
5. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.
6. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
7. Перевозова І. В., Юрченко Н. Б. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.
8. Писаренко В. В., Багорка М. О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Видавець, 2019. 240 с.
9. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч.1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Харків: ХДУХТ, 2018. 116 с.
10. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : навчальний наочний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. Л. П. Артеменко. Київ: 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>
- Онлайн симулятор «Таргетолог». *Дія.Освіта.* URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/targetologist-simulator>

Розробник (розробники)
силабусу навчальної дисципліни


підпис Тетяна ДЕДІЛОВА
ПІБ

Завідувач кафедри економіки і підприємництва


підпис Оксана ДМИТРИЄВА
ПІБ