

**Силабус
освітнього компоненту**

**Основи маркетингу
(за вибором здобувачів освіти)**

Назва дисципліни:	Основи маркетингу
Рівень вищої освіти:	перший (бакалаврський)
Галузь знань:	-
Спеціальність:	-
Освітньо-професійна (Освітньо-наукова) програма:	-
Сторінка курсу в Moodle:	https://dl.khadi.kharkov.ua/course/view.php?id=1625
Рік навчання:	-
Семестр:	-
Обсяг освітнього компоненту	3 кредитів (90 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:	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); Економіка підприємства» (бажано), Основи економіки транспорту (бажано).

Компетентності, яких набуває здобувач:

Загальні компетентності:

- 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;
- 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;

- навички 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 проектувати транспортні (транспортно-виробничі, транспортно-складські) системи і їх окремі елементи;
- здатність оцінювати експлуатаційні, техніко-економічні, технологічні, правові, соціальні, та екологічні складові організації перевезень;
- здатність оцінювати та забезпечувати ергономічну ефективність транспортних технологій;
- здатність оцінювати плани та пропозиції щодо організації та технології перевезень, складені іншими суб'єктами, та вносити необхідні зміни виходячи з техніко-експлуатаційних параметрів та принципів функціонування об'єктів та пристроїв транспортної інфраструктури, транспортних засобів (суден);
- здатність використовувати сучасні інформаційні технології, автоматизовані системи керування та геоінформаційні системи при організації перевізного процесу.

Результати навчання відповідно до освітньої програми:

- брати відповідальність на себе, проявляти громадянську свідомість, соціальну активність та участь у житті громадянського суспільства, аналітично мислити, критично розуміти світ;
- критично оцінювати наукові цінності і досягнення суспільства у розвитку транспортних технологій;
- досліджувати транспортні процеси, експериментувати, аналізувати та оцінювати параметри транспортних систем та технологій (рн-6).
- формулювати, модифікувати, розробляти нові ідеї з удосконалення транспортних технологій ;
- розробляти, проектувати, управляти проектами у сфері транспортних систем та технологій.

Тематичний план

№ теми	Назва тем (ЛК, ЛР, ПР, СЗ, СР)	Кількість годин	
		очна	заочна
1	ЛК Сучасні концепції маркетингу. Ринок: визначення, класифікація, ринкова інфраструктура	2	1
	ПР (ЛР, СЗ) Аналіз вихідних понять маркетингу.	2	-
	СР Концепції удосконалення виробництва та товарів.	8	10
2	ЛК Базові поняття маркетингу.	2	1
	ПР (ЛР, СЗ) Визначення завдань маркетингової діяльності підприємства	2	1
	СР Поведінка підприємства на різних конкурентних ринках	6	10
3	ЛК Основні етапи маркетингової діяльності. Аналіз	2	1

	маркетингових можливостей фірми.		
	ПР (ЛР, СЗ) Збирання та аналіз первинної інформації при проведенні маркетингового дослідження.	2	-
	СР Стратегічний контролінг	6	10
4	ЛК Поняття маркетингового дослідження. Основні етапи.	2	-
	ПР (ЛР, СЗ) Тактика і стратегія маркетингу фірми	2	1
	СР Ефективність маркетингових досліджень	8	10
5	ЛК Особливості маркетингу послуг. Класифікація послуг. Принципи маркетингу послуг.	2	1
	ПР (ЛР, СЗ) Сегментування ринку.	2	1
	СР Класифікація транспортних послуг	8	8
6	ЛК Маркетингова товарна стратегія. Класифікація товарів.	2	1
	ПР (ЛР, СЗ) Оцінка товару споживачем.	2	1
	СР Особливі випадки ЖЦТ нових товарів.	8	10
7	ЛК Моделі поведінки споживачів. Теорії справжніх мотивацій. Класифікація ринків. Поняття сегментації. Аналіз привабливості ринку.	2	1
	ПР (ЛР, СЗ) ---	-	-
	СР Напрямки визначення потенційного ринку.	8	10
8	ЛК Маркетингова цінова стратегія. Стратегія збуту і просування. Збутова політика та політика розподілу. Контроль маркетингової діяльності.	2	-
	ПР (ЛР, СЗ) Визначення стану товарної політики та перспектив підприємства	4	-
	СР Цінова тактика (корегування цін).	6	12
Разом	ЛК	16	6
	ПР (ЛР, СЗ)	16	4
	СР	58	80

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (за наявності):

Методи навчання:

- 1) словесні: 1.1 традиційні: лекції, пояснення, розповідь тощо;
- 1.2 інтерактивні (нетрадиційні): проблемні лекції, дискусії тощо;
- 2) наочні: метод ілюстрацій, метод демонстрацій
- 3) практичні:
 - 3.1 традиційні: практичні заняття, семінари;
 - 3.2 інтерактивні (нетрадиційні): ділові та рольові ігри, тренінги, семінари-дискусії, «круглий стіл», метод мозкової атаки.

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 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:

- за 100-бальною шкалою (для диференційованого 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
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

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ЄКТС	
	екзамен	залік	Оцінка	Критерії
67-74	Задовільно		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	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	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» (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. Горелов, Д. А. Маркетинг : учеб. пособие / Д. А. Горелов, Ю. В. Лаврова ; М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, ХНАДУ. - Харків : ХНАДУ, 2012. - 292 с. - ISBN 978-966-303-421-8
4. Шинкаренко В. Г. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами : навч. посіб. для студ. вузів / В. Г. Шинкаренко, І. В. Федотова ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ХНАДУ. - Х. : ХНАДУ, 2012. - 230 с. - ISBN 978-966-303-412-6
5. Шинкаренко В. Г. Маркетингова діяльність автотранспортного підприємства : навч. посіб. для студ. вузів / В. Г. Шинкаренко ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ХНАДУ. - Х. : ХНАДУ, 2012. - 420 с. - ISBN 978-966-303-441-6
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2013. – 712 с.
7. 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
8. Лаврова Ю. В. Маркетингова діяльність підприємств транспортного ринку / Ю. В. Лаврова, Д.А. Горовий, І. А. Касатонova – Х: ХНАДУ, 2014. – 356 с.
9. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг: Навч. посібник / В.Р.Прауде , О.Б.Білий. - К.: Вища школа, 2014.-254 с.
10. Приходько Д.О. Маркетинг: навч.посіб. / Д.О.Приходько. Х.:ФОП Бровін О.В., 2019. – 240 с.
11. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / За ред. Буднікевич І.М. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 536 с.
12. Гарри Беквит. Четыре ключа к маркетингу услуг / Гарри Беквит, пер. с англ. Олександр Лесовский – 2-е. изд. – М.:Альпина Паблишер, 2016. – 252 с.

Додаткові джерела:

1. 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>
2. 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>
3. <http://files.khadi.kharkov.ua/upravlinnya-ta-biznesu/ekonomiki-pidpriemstva/item/14697-osnovy-marketynhu.html>

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

підпис

Георгій ПОЯСНИК

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

. підпис

Оксана ДМИТРИЄВА