

**Силабус навчальної дисципліни**  
**«МАРКЕТИНГ»**

**Галузь знань:** 07 Управління та адміністрування

**Спеціальність:** 073 Менеджмент

**Освітня програма:** Менеджмент

**Рівень вищої освіти:** Перший (бакалаврський)

**Курс:** 2

**Семестр:** 3

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	<b>маркетингу, менеджменту та управління бізнесом</b>
<b>Викладач(-и)</b>	<b>ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна</b> <b>Посада:</b> старший викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. <b>E-mail:</b> harmatiuk.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=7307">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=7307</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (104 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі. <b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Сутність маркетингу та його роль в економіці. Фактори марко і мікросередовища, в якому функціонує підприємство. Особливості роботи на споживчому та промисловому ринках. Стратегії охоплення ринку, що їх може використати підприємство. Комплексний аналіз та прогнозування ринку, розробка стратегії маркетингу та інструментів її реалізації – товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розподілу, аналіз та контроль маркетингової діяльності.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування у майбутніх фахівців системи знань щодо сутності і змісту маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції, організація маркетингової діяльності та її пріоритети у сучасних умовах.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
<b>Зміст дисципліни</b>	Формування теорії маркетингу. Взаємозв'язок маркетингу із суміжними дисциплінами. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення та розвитку теорії маркетингу. Концепції маркетингу. Основні категорії маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу та їх характеристика. Сучасні проблеми маркетингу. Глобальний маркетинг. Інтерактивний маркетинг. Індивідуальний маркетинг. Екологічний маркетинг. Ризики в маркетингу. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики. Засади маркетингового ціноутворення. Теорія маркетингових комунікацій. Теорія маркетингової політики розподілу.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємстві, набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Основи наукових досліджень, паблік рілейшнз
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – Львів : "Новий світ-2000", 2018. – 493 с. 2. Бутенко Н.В. Маркетинг [Текст] : підручник: затв. МОН України. – Київ : Атіка, 2008. – 299. 3. Мальченко В. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – Київ : КНЕУ, 2006. – 358 с. 4. Маркетинг [Текст] : підручник / [А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський [та ін.] ; за ред. А. О. Старостіної. – Київ : Знання, 2009. – 1070 5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст] : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2008. – 614 с. 6. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посібник : рек. МОНмолодьспорту України для студ. ВНЗ / [за ред. Буднікевич І. М.]. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 535с. 7. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології [Текст] : підручник : [затв. МОН України]. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324. 8. Савельєв Є. В., Чеботар С. І., Шевчик М. Г., Мартинюк В. О., Матвій М. Я. Новітній маркетинг [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України / за ред. Є. В. Савельєва. – Київ : Знання, 2008. – 420 с. 9. Шканова О. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ. – Київ : Кондор, 2008. – 302 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Екзамен. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



(Гарматюк Олена Валентинівна)