



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	2 курс, 3 та 4 семестри
Кількість кредитів ЄКТС	10 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 54 год. Практичні (семінарські) – 54 год. Самостійна робота – 192 год.
Форма підсумкового контролю	Залік у 3 сем., іспит у 4 сем.
Кафедра	Кафедра маркетингу, ауд. 413 першого корпусу, телефон: (057) 702-02-65, (дод. 3-66), сайт кафедри: https://dom.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Холодний Геннадій Олександрович, кандидат економічних наук, професор
Контактна інформація викладача (-ів)	gprof1965@gmail.com
Дні занять	Лекції: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіка консультацій, індивідуальні
Мета навчальної дисципліни: формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та визначення її пріоритетів у сучасних умовах.	
Передумови для навчання	
Перелік попередньо прослуханих дисциплін: Економіка підприємства	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Маркетинг як економічна категорія і етапи його розвитку як методу управління на підприємстві	
Тема 1. Сутність маркетингу. Етапи еволюції і концепції маркетингу	
Тема 2. Потреби і мотивація споживачів	
Тема 3. Основи поведінки споживача при виборі продукту	
Змістовий модуль 2. Система стратегічного маркетингу та інформаційна система маркетингу	
Тема 4. Система стратегічного маркетингу	
Тема 5. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингових досліджень	
Тема 6. Маркетингові дослідження	
Змістовий модуль 3. Основні елементи комплексу оперативного маркетингу. Управління сучасними видами маркетингу	
Тема 7. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики	
Тема 8. Політика ціноутворення	
Тема 9. Теорія маркетингової політики розподілу та збуту	
Тема 10. Теорія маркетингових комунікацій	
Тема 11. Маркетинговий менеджмент	
Тема 12. Сучасні тенденції розвитку маркетингу	



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор

Сторінка курсу на платформі Moodle
(персональна навчальна система)

<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5489>

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів освіти враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

Оцінювання протягом семестру проводиться у формі оцінювання виконання завдань на практичних заняттях; оцінювання виконання домашніх завдань, підготовлених мультимедійних презентацій, написанням контрольних робіт, складання комплексного модульного контролю у формі колоквіуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконані завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Оцінка студента формується таким чином:

оцінювання роботи студента під час практичних занять – виконання завдань на практичних заняттях (9 завдань) – максимально 45 балів (при позитивному оцінюванні кожного завдання максимально в 5 балів). Якщо робота захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;

представлення результатів та рекомендацій у формі мультимедійної презентації – максимально 5 балів;

модульний контроль, що проводиться у формі колоквіуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля; максимальний бал за колоквіум – 5 (всього 2 модульних контролю у формі колоквіуму), загальна кількість балів модульного контролю – 10.

Здобувач не допускається до іспиту, якщо не виконав домашні завдання та за підсумковим модульним письмовим оцінюванням отримав незадовільну оцінку. В особливих ситуаціях робота протягом семестру може бути виконана дистанційно: за допомогою платформи Moodle та ПНС.

Студенти, які мають рейтинговий бал за семестр менше 35 до підсумкового семестрового контролю не допускаються.

Контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни в 3 семестрі здійснюється на підставі проведення семестрового підсумкового залікового завдання.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену, завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Результат семестрового залікового завдання/екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної «Відомості обліку успішності».

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами семестрової/підсумкової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумальна кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумальна кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час залікового завдання/екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: «60 і більше балів – зараховано», «59 і менше балів – не зараховано» та заноситься у залікову «Відомість обліку успішності» навчальної дисципліни.



Складовою частиною програми навчальної дисципліни «Маркетинг» є виконання курсової роботи. Курсова робота є письмово виконаною самостійною навчально-дослідницькою роботою, що розкриває теоретичні і практичні аспекти обраної теми. У курсовій роботі комплексно використовуються знання, отримані в процесі навчання з навчальної дисципліни «Маркетинг». Виконуючи курсову роботу, студент поглиблює і закріплює теоретичні знання, опановує навички самостійного вирішення організаційно-економічних питань. Під час захисту курсової роботи студенти здобувають досвід проведення наукової дискусії й аргументації своєї позиції.

У процесі написання курсової роботи студенти зобов'язані дотримуватися правил професійної етики, які не дозволяють наявності плагіату, фальсифікації даних та хибного цитування. Курсова робота оцінюється за 100-бальною шкалою. Курсова робота може бути оцінена позитивно, якщо сума балів, одержаних за результатами її перевірки і захисту дорівнює або перевищує 60. Оцінка курсової роботи залежить від ступеня розкриття теми; змісту та якості виконання роботи; умінь студента пов'язувати теоретичні знання з практикою маркетингової діяльності, правильності відповідей на запитання під час захисту, а також оформлення роботи.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Політика дотримання академічної доброчесності

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних (модульних) робіт та екзаменів заборонено (в тому числі із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації.

Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, модуль іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Політика щодо пропусків занять

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування чи семестрове навчання за кордоном), навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із деканатом та лектором навчальної дисципліни

Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 50% від відповідної кількості балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (зокрема, лікарняного).

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/25262>).