



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг»

Спеціальність	281 «Публічне управління та адміністрування»
Освітня програма	Публічне управління
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год. Практичні (семінарські) – 30 год. Самостійна робота – 90 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Маркетингу, м. Харків, просп. Науки, 9-А, 61166 ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2 корпус, 4-й поверх, ауд. 413
Викладач (-і)	Бойко Наталя Олександрівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	Тел. +38 (097) 5463889; Email: nataleboyko@gmail.com
Дні занять	Згідно діючого розкладу занять
Консультації	За необхідності та домовленістю сторін
Мета навчальної дисципліни: набуття системних знань з теоретичних засад та організаційно-методичних основ формування й функціонування системи маркетингу на підприємстві, практичних навичок щодо використання маркетингу в підвищенні ефективності управління підприємством в ринкових умовах	
Передумови для навчання «Економічна теорія»; «Макро- та мікроекономіка»; «Статистика»	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу. Методологічні та інформаційні основи маркетингу	
Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій	
Тема 2. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	
Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів. Дослідження ринків збуту	
Тема 4. Аналіз конкуренції	
Змістовий модуль 2. Розробка та реалізація комплексу маркетингу	
Тема 5. Товар у комплексі маркетингу	
Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу	
Тема 7. Розподіл у комплексі маркетингу	
Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу	
Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне планування маркетингу	
Змістовий модуль 2. Розробка та реалізація комплексу маркетингу	
Тема 8 Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства	
Тема 9. Планування маркетингової діяльності підприємства	
Тема 10. Впровадження маркетингових програм	



Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

На сторінці курсу розміщено: технологічну карту дисципліни, робочу програму, приклад екзаменаційного білета, перелік рекомендованої літератури, глосарій, презентації лекцій та практичні завдання.

Пряме посилання: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7758>

Система оцінювання результатів навчання

Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять, оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти залік, – 60 балів). Підсумковий контроль проводиться у формі диференційованого заліку та здійснюється за накопичувальною бально-рейтинговою системою.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, залік тощо). Списування під час контрольних (модульних) робіт та екзаменів студентам заборонено (в тому числі із використанням мобільних девайсів).

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни

Силабус затверджено на засіданні кафедри маркетингу
20 грудня 2021 р. Протокол № 6