



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



«МАРКЕТИНГ»

«МАРКЕТИНГ» (Розділ 1 - Теоретичні основи маркетингу)

| | | | | | | | | |
|------------------------------|---------------|-----------------------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|--------------|
| Галузь знань | | 07 «Управління і адміністрування» | | Освітній рівень | бакалавр | | Мова викладання | |
| Спеціальність | | 075 «Маркетинг» | | Семестр | 3 | | українська | |
| Освітньо-професійна програма | | «Маркетинг» | | Тип дисципліни | обов'язкова | | | |
| Факультет | | Економіки і менеджменту | | Кафедра | Менеджмент | | | |
| Обсяг: | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять: | | | | | |
| | | | Лекцій | Семінарських занять | Практичних занять | Лабораторних занять | Самостійна підготовка | Вид контролю |
| | 4 | 120 | 30 | - | 30 | - | 60 | Екзамен |

ВИКЛАДАЧІ

Контактна інформація для зв'язку з викладачем: - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, ІІ корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;
- робочий телефон: 062-641-68-85, menegment2426@gmail.com, managment@dgma.donetsk.ua; **Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом

Бурцева Олена Єгорівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.
Досвід роботи - більше 17 років.
Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць.
Провідний лектор з дисциплін: «Промисловий маркетинг», «Маркетинговий аудит», «Маркетинговий менеджмент», «Медіапланування», «Цифровий маркетинг».
E - mail робітник: burtseva74elena@gmail.com



Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту.
Досвід роботи - 20 років.
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Бізнес-стратегії для промисловості», «Комунікаційний менеджмент».
E - mail робітник: inna_fomichenko@ukr.net;
Никнейм в Skype: [Inna Fomichenko](https://www.skype.com/user/Inna_Fomichenko).



ГОСТЬОВІ ЛЕКТОРИ

Генеральний директор ПрАТ «ВЕСКО»
Євген Цимарман.
Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях



Генеральний директор VESCO Євген Цимарман розповість про головні здобутки глинодобувних підприємств Донбасу за останні десятиріччя, а також цілі і завдання підприємства, які допоможуть утримати конкурентний статус міжнародної компанії з європейськими підходами в управлінні.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

| | |
|--|--|
| Освітні компоненти, які передують вивченню | Мікро-, Макроекономіка, Менеджмент, Економіка підприємства |
| Освітні компоненти для яких є базовою | Маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, Маркетингова політика розподілу, Маркетингова політика комунікацій, Логістика, Маркетинг промислового виробництва Курсова робота, Кваліфікаційна робота бакалавра |


Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

| Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК) | Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції |
|--|--|
| ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. | СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. |
| ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. | СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. |
| ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. | СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. |
| ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. | СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. |
| ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. | СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. |
| ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. | СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. |
| ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. | СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. |
| ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. | СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. |
| ЗК11. Здатність працювати в команді. | СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. |
| ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). | СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. |
| ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо | СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. |
| | СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. |

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

| |
|--|
| ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. |
| ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. |
| ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. |
| ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. |
| ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. |

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

| | |
|--|---|
| Анотація | Навчальна дисципліна «Маркетинг» формує у студентів систему теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку. Вивчення навчальної дисципліни передбачає: з'ясування ролі маркетингу в системі управління підприємством; засвоєння теоретичних основ дисципліни (понятійного апарату, концепцій, моделей); опанування методологічного апарату маркетингового аналізу, планування та організації маркетингової діяльності. |
| Мета | формування у студентів системи теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку |
| Формат та методи навчання | Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), самостійна робота студента, індивідуальні завдання, підсумковий контроль – іспит (очний, дистанційний формат) |
| «Правила гри»  | <p>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали.✓ Починаючи з другого заняття, на якому студент був відсутній без поважних причин, він зобов'язаний його відпрацювати у встановленому порядку✓ Порядок ліквідації заборгованостей пропущених занять погоджується між викладачем та студентом і може бути виконана у вигляді усної відповіді, підготовки короткого повідомлення на практичному занятті чи розгорнутого реферату на певну тему. <p>Політика академічної доброчесності:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені.✓ Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань.✓ Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.✓ Презентації та виступи мають бути авторськими, оригінальними. |

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

| | | | | | |
|-----------|---|----------------------|---|-------------------|--|
| Лекція 1 | Вступ до маркетингу | Практичне заняття 1 | Сутність терміну „маркетинг”, основних його категорій. Сутність і роль обміну, основні умови його здійснення. Визначте поняття „ринок”. Характеристика видів ринку. | Самостійна робота | Хронологія виникнення маркетингу |
| Лекція 2 | Роль та місце маркетингу в сучасних умовах господарювання | Практичне заняття 2 | Історія виникнення маркетингу. Еволюція та основні концепції маркетингу. Сутність, особливості і умови використання концепцій маркетингу. | | Ринок як економічна основа маркетингу |
| Лекція 3 | Принципи, види, типи і форми маркетингу. | Практичне заняття 3 | Основні принципи і задачі маркетингу. Визначте поняття «управління маркетингом». Основні види попиту та їх характеристика. Форми маркетингу, визначте сутність і умови застосування. Модульна контрольна робота 1 | | Дайте визначення нестатку, потребі та цінності. Розгляньте їх види і наведіть приклади. |
| Лекція 4 | Моделі ринку | Практичне заняття 4 | Визначення ринків. Сутність критеріїв за якими класифікуються ринки. Конкурентні моделі ринків, їх переваги та недоліки. | | Галузева структура ринку України. |
| Лекція 5 | Маркетингове середовище | Практичне заняття 5 | Поняття маркетингового середовища фірми. Основні поняття мікросередовища. Форми і методи конкуренції. Макросередовище. Характеристика основних факторів і тенденцій. Навколишнє середовище. Сили та умови зовнішнього середовища. Фактори внутрішнього середовища. | | Вплив контрольованих та неконтрольованих факторів зовнішнього середовища на прикладі підприємств. |
| Лекція 6 | Напрямки дослідження ринку | Практичне заняття 6 | Дослідження навколишнього середовища маркетингу. Роль кліматичних і географічних умов на прийняття рішення щодо стратегії розвитку фірми. Особливості впливу політико-правових факторів на підприємницьку активність. | | Переваги та недоліки видів маркетингових досліджень |
| Лекція 7 | Процес маркетингового дослідження | Практичне заняття 7 | Сутність і значення маркетингової інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи (МІС). Основні складові МІС. Процес маркетингового дослідження, його етапи. Види маркетингової інформації. Аналіз та обробка одержаної маркетингової інформації. Система забезпечення маркетингових рішень. | | Сучасні джерела формування маркетингової інформації. |
| Лекція 8 | Прогнозування розвитку ринку | Практичне заняття 8 | Характеристика основних методів прогнозування розвитку ринку. Застосування моделей та методів прогнозування ринку. Модульна контрольна робота 2 | | Прогнозування розвитку ринку товарів підприємства на засадах вивчення споживчої поведінки покупців |
| Лекція 9 | Фактори сегментації | Практичне заняття 9 | Рівні сегментування ринку. Масовий маркетинг. Ринковий сегмент, ринкова ніша. Структури сегментування ринку. | | Лідогенерація. |
| Лекція 10 | Методи сегментації | Практичне заняття 10 | Процес сегментування ринку. Основні принципи сегментування споживчих та індустріальних ринків. Критерії ефективного сегментування ринку. | | Кластерний аналіз. |
| Лекція 11 | Таргетування та позиціонування товару | Практичне заняття 11 | Вибір цільових сегментів ринку. Диференціювання продукту. Позиціонування товару. | | Позиціонування бренду. |
| Лекція 12 | Процес стратегічного маркетингового планування | Практичне заняття 12 | Сутність стратегічного планування, основні етапи. Процес маркетингового планування, його структура. Визначення місії організації, фірми. | | Характеристика основних соціальних класів. Референтні групи. |
| Лекція 13 | Моделі прийняття стратегічних рішень | Практичне заняття 13 | Визначення маркетингових цілей. Формування маркетингової стратегії фірми. Розробка програми маркетингу. | | Етапі життєвого циклу сім і та поведінка споживача. |
| Лекція 14 | Види маркетингових стратегій | Практичне заняття 14 | Організація реалізації маркетингу та контроль. Основні моделі прийняття стратегічних рішень. | | Маркетингові стратегії сучасних підприємств України. |
| Лекція 15 | Комплекс маркетингу | Практичне заняття 15 | Складові комплексу маркетингу на різних типах ринку. Розвиток комплексу маркетингу. | | Можливі суперечності між відділом маркетингу та іншими службами |

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран; Інформаційний ресурс - SMIDA (Stock market infrastructure development agency of Ukraine) <https://smida.gov.ua/db> Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=14>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. – К. : Диалектика, 2020. – 880 с.
2. Будникевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навчальний посібник: к.: ЦНЛ. 2017. – 536 с.
3. Сахацький М.П., Ковтун О.В., Сахацький П.М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг» для студентів галузі знань – 07 «Управління та адміністрування» Одеса: ОДАБА. - 2018. 80 с.
4. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ :Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Маркетинг: бакалаврський курс. / С.М.Ілляшенко. – К.: КОНДОР, 2020. 1134 с.
6. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
7. Маркетинг. Навч. посібник/ за ред. Ковальчук С. В. К.: КОНДОР, 2019. 688 с.
8. Маркетинг. Навч. пос./Липчук В., Дудяк Р., Бугіль С., Янишин Я. К.: КОНДОР, 2020.456 с.



Додаткові джерела

1. Маркетинг : навч. посібник / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко / за заг. ред. Старостіної А.О. – К. : «НВП «Інтерсервіс», 2018.
2. Іваненко Л.М., Босенко 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: підручник. 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.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.nbu.gov.ua
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.ukrstat.gov.ua
3. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.uam.kneu.kiev.ua/
4. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.udsa.org.ua
5. Офіційний сайт Асоціації зовнішньої реклами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.outdoor.org.ua
6. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://adcoalition.org.ua>
7. «Цифровий маркетинг». Онлайн курс на MOOC платформі «Prometheus». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1
8. Онлайн симулятор «Email-маркетолог». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/simulators/email-marketing-simulator>
9. Онлайн симулятор «SEO-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/simulators/seo-specialist-simulator>
10. Онлайн симулятор «SMM-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/simulators/smm-specialist-simulator>
11. Онлайн симулятор «Менеджер в Google Ads». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/simulators/manager-ga-simulator>
12. Онлайн симулятор «Основні кроки просування сайту». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.dia.gov.ua/simulators/basic-steps-of-website-promotion-simulator>

СИСТЕМА ОЦІНКИ

| Склад модулів | | Сума балів | ECST | Оцінка | Рівень компетентності |
|---|-------------------------|------------|------|---------------------|--|
| Форми та методи контролю | Рейтингова оцінка, бали | 90 - 100 | A | відмінно | Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається. |
| Усне опитування на семінарських заняттях або тестування за темами | 3*4=12 | 81 - 89 | B | добре | Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни |
| Виконання індивідуального завдання (реферат-презентація,) | 15 | 75 - 80 | C | | Достатній Конкретний рівень, за вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення. |
| Практичне заняття (участь) | 3*3=9 | 65 - 74 | D | задовільно | Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни |
| | | 55 - 64 | E | | Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни |
| Модульна контрольна робота № 1,2 | 32*2 | 30 - 54 | FX | незадовільно | Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни |
| Підсумкова атестація | 100 | 0 - 29 | F | | Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни |

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

| Вид навчальних занять та контролю | Розподіл між навчальними тижнями | | | | | | | | | | | | | | | Вид підсумкового семестрового контролю | |
|-----------------------------------|----------------------------------|-------|----|---|----|---|---|------|-------|----|----|----|------|--------|----|--|--------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | | |
| Лекції | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | Залік |
| Практ. заняття | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 1 | | |
| Сам. робота | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | |
| Консультації | | | | | | | | Конс | | | | | Конс | | | | |
| Поточний контроль | ВК, УО | | УО | | ПЗ | | | | ПЗ | | УО | | ПЗ | | | | |
| Модулі | ● | ————— | | | М1 | | ● | ● | ————— | | | М2 | | —————● | | | |
| Контроль за модулем №1 | | | | | | | | КР1 | | | | | | | | | |
| Контроль за модулем №2 | | | | | | | | | | | | | | | | КР2 | |
| Контроль самостійної роботи | | | | | | | | | | | | | ЗСР | | | | |

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Маркетинг»

можна знайти за посиланням: <https://docs.google.com/forms/d/12Crpu6pxcg0WSkAe25MAcJHHfJ29i8mufV-QMfbVBd8/edit>

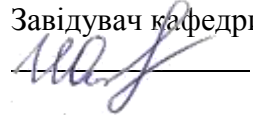
Результати опитування можна знайти за посиланням: – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=14>



Розглянуто і схвалено на засіданні ка-
федри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2023

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

ЗАТВЕРДЖУЮ:


Декан факультету:


 /Мироненко Є.В./

«30» серпня 2023 р.




Розробники:

 /Бурцева О.Є./

 /Фоміченко І.П./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./