

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП

к.е.н., доц. \_\_\_\_\_ НАТАЛІЯ ЗАХАРОВА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри маркетингу

д.е.н., проф. \_\_\_\_\_ Дар'я ЛЕГЕЗА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС**

з дисципліни **«Маркетинг» (за вибором здобувача)**  
(найменування та статус компоненти: обов'язкова або за вибором студента)  
для спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», за ОПП  
«Фінанси, банківська справа та страхування»  
(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)

форма навчання	<u>денна</u> (денна, заочна)
Кількість кредитів	<u>4 кредити</u>
Курс	<u>1</u>
Семестр	<u>2-й</u>
Змістових модулів (підсумкових модульних контролів) –	<u>2</u>
СРС	<u>72 години</u>
Форма контролю	<u>диференційований залік</u> (екзамен або диференційований залік)
Загальна кількість годин	<u>120 годин</u>

2020-2021 н.р.

**«МАРКЕТИНГ».** **Силабус** для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності «072 «Фінанси, банківська справа та страхування»- Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – 6 с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник: Яна Сокіл, к.е.н., доцент

Рецензент: КУЧЕРКОВА С.О., к.е.н., доцент

Силабус затверджений на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, доцент \_\_\_\_\_ Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу спеціальності «072 «Фінанси, банківська справа та страхування», (на основі ОР «Бакалавр»)

Протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 року

Голова, доц. \_\_\_\_\_ Анна КОСТЯКОВА

### 1. Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення

Курс «Бізнес-стратегії та маркетингові рішення» є вибіркоким компонентом освітньої програми «Фінанси, банківська справа та страхування», і дисципліною, що містить основні відомості щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

#### Веб-сайт курсу

<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=1417>

(доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ)

### 2. Мета викладання дисципліни

Метою дисципліни є опанування студентами таких загальних компетентностей з розроблення бізнес-стратегій і набуття практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства.

### 3. Завдання вивчення дисципліни

- вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань;
- опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах;
- набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності;
- вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах;
- набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

### 4. Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)

Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

<b>знання</b>	методика формування та вибору цільових сегментів підприємства; технологія проведення маркетингових досліджень, методика проведення товарної політики, політики продажу та просування продукції; організації та контролю маркетингу; поняття про сегментування ринку та способи позиціонування товару на ринку;
<b>уміння</b>	- знати та розуміти економічні категорії та закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем (PH01); - застосовувати спеціалізовані інформаційні системи, сучасні фінансові технології та програмні продукти (PH08); - застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати (PH16); - визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку (PH17); - демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні (PH18); - вміти працювати як самостійно, так і в команді з продажу фінансових послуг (PH24).
<b>комунікація</b>	ефективна взаємодія в команді; спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); формування відносин з менеджерами для підвищення рівня їх зацікавленості у розвитку підприємства
<b>soft skills</b>	вміння приймати організаційно-управлінські рішення та готовність нести за них відповідальність, організація взаємодії в проектах, чесність, відкритість, емоційний інтелект, презентаційні навички

### 5. Пререквізити

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни

Вища математика,  
Статистика;  
Менеджмент;  
Мікроекономіка

### 6. Постреквізити

Дисципліни, які спираються на

Економіка підприємств

вивчення даної дисципліни

## 7. Інформація про викладача

Викладач (-і)

Сокіл Яна Сергіївна, доц., к.е.н., доцент кафедри маркетингу; <http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/sokil-yana-sergiyivna/>

E-mail викладача

[yana.sokil@tsatu.edu.ua](mailto:yana.sokil@tsatu.edu.ua)

## 8. Структура курсу

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття та завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр.	СР С	
<b>Змістовий модуль 1 «Генезис маркетингу»</b>							
1	Лекція 1	<i>Сутність маркетингу та його сучасна концепція</i>	2				
	Практична робота 1	Сутність маркетингу та його сучасна концепція			2		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
2	Лекція 2	<i>Збір інформації та оцінка маркетингового середовища</i>	4				
	Практична робота 2	Збір інформації та оцінка маркетингового середовища			4		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
3	Лекція 3	<i>Поняття комплексу маркетингу</i>	2				
	Практична робота 3	Поняття комплексу маркетингу.			2		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
4	Лекція 4	<i>Маркетингові дослідження</i>	4				
	Практична робота 4	Маркетингові дослідження			4		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
5,6	Самостійна робота	ПМК I				8	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I					10
<b>Всього за змістовий модуль 1 – 60 год.</b>			<b>12</b>		<b>12</b>	<b>36</b>	<b>50</b>
<b>Змістовий модуль 2 «Парадигми маркетингу»</b>							
12	Лекція 5	<i>Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики</i>	2				
	Практична робота 5	Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики			2		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
13	Лекція 6	<i>Засади маркетингового ціноутворення</i>	4				
	Практична робота 6	Засади маркетингового ціноутворення			4		5
	Самостійна	Робота на навчально-інформаційному				7	5

	робота	порталі					
14	Лекція 7	<i>Теорія маркетингових комунікацій</i>	2				
	Практична робота 7	Теорія маркетингових комунікацій			2		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
15	Лекція 8	<i>Теорія маркетингової політики розподілу</i>	4				
	Практична робота 8	Теорія маркетингової політики розподілу			4		5
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				7	5
16,17	Самостійна робота	ПМК II				8	
	ПМК II	Підсумковий контроль за змістовий модуль II					10
<b>Всього за змістовий модуль 2 – 60год.</b>			<b>12</b>		<b>12</b>	<b>36</b>	<b>50</b>
<b>Всього з навчальної дисципліни – 120год.</b>							<b>100</b>

### 9. Методи та форми навчання

Форми навчання: за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне; за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне

Методи навчання: за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання завдань по заповненню звітності під час занять, навчальна та виробнича практика); за видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція – бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах); за мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення); за контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК, екзамен);

за формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

### 10. Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.
- ✓ Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.
- ✓ Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- ✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- ✓ Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності.
- ✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).
- ✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

### 11. Форма контролю знань

Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістового модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді екзамену. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом.

## 12. Шкала оцінювання

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою.

### Критерії оцінювання

Практичні заняття	Частка вірно виконаних завдань
Самостійна робота (СРС)	Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НПП ТДАТУ (дві спроби – середній результат)
Підсумково-модульний контроль (ПМК I, II)	Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістових модулів Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти: ✓ Повнота розкриття питання (вірні відповіді ) ✓ Якість інформації ✓ Самостійність

## 13. Рекомендована література та інформаційні ресурси

### Рекомендована література

1. Балабанова, Стратегічний маркетинг [Текст] : підручник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 631 с.
2. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., перероб. і доповн. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. – 406 с
3. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Знання, 2013. – 110 с.

### Інформаційні ресурси

1. Методичний кабінет кафедри маркетингу
2. Internet:
  - Журнал «Маркетинг в Україні» <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua>
  - Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>
  - GFK Ukraine [http://www.gfk.ua/about\\_us/methods/cati/index.ua.html](http://www.gfk.ua/about_us/methods/cati/index.ua.html)
  - TNS Ukraine [<http://tns.sdv.com.ua/page3457.html?template=print>]

## 14. Пакет дисципліни

Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=1412>  
Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>