

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
« МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ »
ХАРКІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра економіки та підприємництва

Затверджую
директор Харківського ВНЗ «МАУП»
ІНСТИТУТ
Ідентифікаційний код 25515464
В.Ю. Догадіна
« 30 » вересня 2024 р.



Схвалено на засіданні кафедри
економіки та підприємництва
Протокол № 1 від 29 серпня 2024 р.
Завідувач кафедри *О.М. Броницький*

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Основи маркетингу

Спеціальності: 073 «Менеджмент»
Освітнього рівня: перший (бакалаврський) рівень
Освітньої програми: «Менеджмент»
Спеціалізація: економіка та управління бізнесом

Харків ПрАТ «ВНЗ «МАУП» 2024р.

Розробник силябусу навчальної дисципліни:

Огієнко Світлана Олексіївна, доцент кафедри економіки та підприємництва

Викладач:

Огієнко Світлана Олексіївна, доцент кафедри економіки та підприємництва

Силябус розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки та підприємництва
Протокол від 29 серпня 2024р. № 1

Завідувач кафедри Артема доцент, к.е.н. О.М.Броницький

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва дисципліни	<i>Основи маркетингу</i>
Шифр і назва спеціальності	<i>073 Менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
Статус дисципліни	<i>обов'язкова</i>
Кількість кредитів і годин	<i>4 кредити/120 год. Лекції: 28 год.; Семінарські, практичні заняття: 28 год.; Самостійна робота: 64 год.</i>
Терміни вивчення дисципліни	<i>4 семестр</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
Вид підсумкового контролю	<i>іспит</i>
Сторінка дисципліни на сайті	

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація. Комунікація.

П.І.Б. викладача	<i>Огієнко Світлана Олексіївна</i>
Науковий ступінь	<i>Кандидат економічних наук</i>
Вчене звання	<i>Доцент</i>
Дисципліни, які викладає НПП	
Напрями наукових досліджень	<i>Менеджмент, маркетинг</i>
Посилення на реєстри ідентифікаторів для науковців	<i>ORCID:</i> https://orcid.org/0000-0002-5715-0443 <i>Google Академія:</i> https://scholar.google.com.ua/citations?hl=uk&user=R14rEx8AAA_AJ
Додаткові ресурси (за бажанням, за наявності)	
Контактна інформація викладача	
Е-mail:	ogienko1951@gmail.com
контактний тел.	+38(050)-40-10-203
Телефон кафедри (зовнішній, за наявності)	
Портфоліо викладача на сайті Інституту	

1. Комунікації

Базовою платформою для комунікації викладача зі здобувачами освіти є *платформа ZOOM, Гугл-клас*. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт та ін. – регулярно розміщуються викладачем в Гугл-клас.

2. Характеристика курсу

Що стосується маркетингу, то він є комплексною діяльністю, яка акумулює у собі знання, досвід, досягнення науки, галузей народного господарства. Здобувачам освіти слід знати, що джерело і мета маркетингу – це його величність споживач. Саме він безпосередньо користується товаром чи послугами. То ж споживчий попит – це перше, що потребує уваги маркетингу. Потреби підпорядковують собі людей, саме вони – потреби – і є "першою ластівкою" для виникнення попиту. Маркетинг стосується людей, їхніх потреб, бажань, звичок та їх повсякденного життя. Маркетинг дозволяє зрозуміти, що необхідно для того, щоб виробити потрібний товар, продати його за відповідною ціною, там, де треба і з відповідним просуванням на ринок для успішного виконання маркетингової програми.

3. Завдання, що вирішуються у ході вивчення навчальної дисципліни: дослідження проблем, особливостей та сучасних тенденцій розвитку маркетингу в організаціях різної галузевої належності і форми власності; вивчення і отримання практичних навичок щодо застосування технологій та основних напрямів маркетингових досліджень національного і, зокрема, міжнародного ринків; формування практичних навичок розробки ефективної комунікаційної політики організацій.

4. Формат викладання курсу: очний (*off-line*) і дистанційний (*on-line*).

5. Програмні результати навчання (інтегральні, загальні, фахові компетентності):

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

Загальні:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Фахові:

Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

6. Тривалість курсу. 120 годин (4кредити ЄКТС), з них: 56 годин аудиторної роботи; 64 години – самостійної роботи, іспит – 2 години.

7. Статус дисципліни: обов'язкова.

8. Пререквізити: Курс «Основи маркетингу» безпосередньо пов'язаний з дисциплінами: «Менеджмент», «Стратегічний менеджмент» та покликаний ознайомити здобувачів з сучасним станом дослідження проблем, особливостей та сучасних тенденцій розвитку маркетингу; технології та основних напрямів маркетингових досліджень ринку, а також розробки ефективної комунікаційної політики підприємств і організацій різної галузевої належності і форми власності.

9. Технічне й програмне забезпечення / обладнання – частина навчальних занять проходить з використанням проектору, доступ до Інтернет-мережі. Наявність електронного пристрою з

якого буде відбуватись навчання. Пристрій повинен бути облаштований відеокамерою та мікрофоном.

10. Політика курсу передбачає: роботу в команді, м'який клімат в аудиторії (дружній, творчий), виконання завдань у встановлений термін, відпрацювання пропущених занять можливе під час самостійної підготовки та консультацій викладача, дотримання академічної доброчесності.

11. Зміст дисципліни: Курс складається з двох змістових модулів. Кожен модуль, у свою чергу, складається з лекційної та семінарської частин:

- Змістовий модуль 1 «Сутність маркетингу та його концепції»:

Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Система і характеристики сучасного маркетингу.

Маркетингові дослідження.

- Змістовий модуль 2 «Поняття комплексу маркетингу»:

Планування нових товарів.

Маркетингова цінова політика.

Методи маркетингового ціноутворення.

Маркетингова політика комунікацій.

Комплекс маркетингових комунікацій.

Маркетингова політика розподілу.

Управління каналами розподілу.

Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.

12.Форми і методи навчання.

Основними видами навчальних аудиторних занять є **лекції, семінарські заняття, консультації.**

При викладанні *лекційного матеріалу* передбачено поєднання таких форм і методів навчання, як лекції-бесіди, лекції-візуалізації.

13. Оцінювання знань здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (<https://drive.google.com/file/d/1ENRncPY-dU2qLke7awVKn1OdfG88Hg8D/view>).

14. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Поточний контроль відбувається впродовж вивчення дисципліни на семінарських заняттях у формі: семінарів-круглих столів та семінарів з індивідуальною роботою.

15. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання:

Іспит. Здобувачі освіти готують 90 питань, що виносяться на підсумковий іспит. В день іспиту обирають екзаменаційний білет з трьома довільними питаннями з загального списку і готуються до співбесіди.

16. Рекомендовані джерела (література):

1.Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К.: ЦУЛ, 2019. 252 с.

2.Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С.,Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.

3.Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., КравченкоВ.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф.Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.

4.Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова,Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

5. Опорний конспект лекцій з курсу “Основи маркетингу” для студентів денної та заочної форм навчання усіх факультетів університету /Укладачі: к.е.н., доц. Голда Н.М., к.е.н., доц. Краузе О.І – Тернопіль – 2018, 96с.
6. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.про: Видавець ., 2019 - 240 с.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
8. Соціально-етичний маркетинг: монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовикта ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. 2-ге вид., перероб. і допов. К. : Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2017. 372 с.
9. Sekerkaya, A. K.(ed), (2020) Contemporary Issues in Strategic Marketing, Istanbul University Press, 292 p.
10. Reyes, Matthew (ed.), (2020) Consumer Behavior and Marketing, IntechOpen, 142 p.
11. Auman, U., Kemal Kaya, A. (ed.), (2020) Promotion and Marketing Communications, IntechOpen, 206 p.
12. Sonyel Oflazoglu (2018) Marketing, IntechOpen, 160 p.
13. Au-YongOliveira, M., Sousa, M. J. (ed.), (2022) Sustainable Marketing and Strategy, MDPI - Multidisciplinary Digital Publishing Institute, 162 p.
14. Sean Ellis, Morgan Brown (2017) Hacking Growth: How Today's Fastest Growing Companies Drive Breakout Success, Currency
15. Magnus Unemyr, Martin Wass (2018) Data- Driven Marketing with Artificial Intelligence: Harness the Power of Predictive Marketing and Machine Learning, Kindle Edition, 243 p.
16. Українська асоціація маркетингу. URL : <http://uam.in.ua>.
17. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
18. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
19. Український професіональний журнал «Маркетинг і реклама» URL: <http://www.mr.com.ua>
20. Маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій. URL: <http://www.obriy-marketing.kiev.ua>

Електронні ресурси:

1. Українська асоціація маркетингу. URL : <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>.
2. Новини маркетингу України. URL : <https://mc.today/category/marketing/>.
3. Маркетинг. URL : <https://mmr.ua/ru/marketing>.
4. Український маркетинг-форум. URL : <https://marketingforum.com.ua/>.
5. Тенденції розвитку українського маркетингу. URL : [https://mcg.net.ua/content/publications/MCG-Publication-MiR-01\(280\)-01.2020.pdf](https://mcg.net.ua/content/publications/MCG-Publication-MiR-01(280)-01.2020.pdf)