

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ»

<https://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=433>

Викладач (і) к.е.н., доц. Малтиз Вікторія Віталіївна
Кількість кредитів 5
Загальна кількість годин 150

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Курс вивчає теоретико-методологічні основи маркетингу як однієї з найбільш ефективних сучасних технологій просування товарів і послуг, підвищення конкурентоспроможності підприємства, зміцнення позицій на ринку.

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів глибокого розуміння питань узагальнення та систематизації закономірностей, умов, принципів, процесів і специфічних особливостей здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств України на зовнішніх ринках.

Завданнями є понятійно-категоріальний апарат маркетингу; теоретико-методологічні основи маркетингу; типи, функції та принципи маркетингу; основи інтернет-маркетингу та маркетингу соціальних мереж; сутність та особливості маркетингових досліджень ринку, порядок їх проведення; комплекс маркетингових комунікацій; особливості сегментації ринку; особливості товарної маркетингової політики підприємства; особливості ціноутворення в системі маркетингу; основи збутової політики підприємства; заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства та механізм управління нею.

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які студент набуде в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	Результати навчання (РН)
073 «Менеджмент»	ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	ФК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. ФК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію	РН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. РН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

	ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	при вирішенні професійних завдань. ФК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління ФК 20. Здатність до аналізування та оцінювання соціально- економічних процесів, розгляду суспільних явищ в конкретних історичних умовах.	РН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. РН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.
--	--	--	--

Орієнтовний перелік тем лекцій

- Тема 1. Теоретичні основи маркетингу
- Тема 2. Сутність маркетингових досліджень
- Тема 3. Сегментація ринку. Позиціонування
- Тема 4. Теорія маркетингових комунікацій
- Тема 5. Реклама. Інтернет – маркетинг та маркетинг соціальних мереж.
- Тема 6. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
- Тема 7. Засади маркетингового ціноутворення
- Тема 8. Сутність збутової політики.
- Тема 9. Теорія маркетингової політики розподілу.
- Тема 10. Конкуренція і конкурентоспроможність у маркетингу.

Орієнтовний перелік тем практичних занять

- Тема 1. Теоретичні основи маркетингу
- Тема 2. Сутність маркетингових досліджень
- Тема 3. Сегментація ринку. Позиціонування
- Тема 4. Теорія маркетингових комунікацій
- Тема 5. Реклама. Інтернет – маркетинг та маркетинг соціальних мереж.
- Тема 6. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
- Тема 7. Засади маркетингового ціноутворення
- Тема 8. Сутність збутової політики.
- Тема 9. Теорія маркетингової політики розподілу.
- Тема 10. Конкуренція і конкурентоспроможність у маркетингу.

Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на Освітньому порталі університету.
- ✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проєкті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за

посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

✓ Списування під час виконання контрольних заходів, диференційованого заліку та екзамену заборонені, зокрема із використанням мобільних гаджетів, комунікаційних засобів тощо.

✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік освітнього процесу.

Рекомендована література

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

2. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-Букс. 2020. 880 с.

4. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти. Р. І. Буряк [та ін.]. 2-ге вид. перероб. та допов. К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. 537 с.

5. Бубенець І., Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 3. С. 323–326.

6. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; за заг. ред. Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

7. Вовк Н. С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів Видавництво «Новий світ-2000», 2021. 271 с.

8. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: навч. посіб. Львів: Видавництво ННБК «АТБ», 2021. 219 с.

9. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин. за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с

Гарант освітньої програми



Ірина АГЕСБА