

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

**Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу**

**Силабус
Дисципліни «[Маркетинг](#)»**

Викладач	к.е.н., доц. Я.С.Сокіл
Кількість кредитів ЄКТС	5
Загальна кількість годин	150

Загальний опис навчальної дисципліни

Метою формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Завдання 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.

Політика курсу. Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	Результати навчання (РН)
281 «Публічне управління та адміністрування»	ЗК6. Здатність працювати в команді. ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.	ФК1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів. ФК2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів.	РН7. Уміти організувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя / активної громадянської позиції. РН11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції. РН17. Знати та розуміти методи та підходи творчої та креативної діяльності системного мислення у професійній сфері

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Сутність технологій маркетингу: сегментування, таргетування, позиціонування.
3. Збір інформації та оцінка маркетингового середовища
4. Поняття комплексу маркетингу.
5. Глобальний маркетинг.
6. Інтернет-маркетинг
7. Маркетингові дослідження.
8. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики
9. Засади маркетингового ціноутворення
10. Теорія маркетингових комунікацій.
11. Теорія маркетингової політики розподілу

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Сутність технологій STP маркетингу. Цільова аудиторія, портрет клієнта.
3. Аналіз факторів макро- та мікросередовища.
4. Поняття комплексу маркетингу.
5. Глобальний маркетинг.
6. Google analytics, SEO-просування та інтернет-реклама.

7. Проведення опитування споживачів з використанням платформи Survio та обробка результатів.
8. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики.
9. Засади маркетингового ціноутворення
10. Теорія маркетингових комунікацій.
11. Теорія маркетингової політики розподілу

Перелік рекомендованої літератури

1. Годин С. Пурпурова королева. Як створити незабутній продукт. Київ: Вид-во «Наш формат». 2018. 168 с.
2. Котлер Ф., Катарджая Х., Сетьяван И. Маркетинг 4.0. От традиционного к цифровому. пер. с англ. К. Куницкой и А. Замаев. Москва: Изд. группа КМ-БУКС, 2018. 208 с.
- 3 Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетингу. Вид-во: Диалектика. 2020. 880 с.
- 4.Маркетингові війни: Ел Райс і Джек Траут ; [пер. з англ. В. Стельмаха]. - Харків : Фабула : Ранок, 2019. 237 с.
5. Kotler Ph., Kaller K. Marketing management. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2015. 816 p.
6. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity 1st Edition, 2021. 208p.

Гарант освітньої програми



Людмила ЄФІМЕНКО