

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=2320>)

Викладач (і)	к.е.н., доц. Сокіл Яна Сергіївна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/sokil-yana-sergiyivna/
Кількість кредитів	8
Загальна кількість годин	240

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна «Маркетинг» спрямована на формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спроможності аналізувати економічні та соціальні умови здійснення підприємницької діяльності, виявляти нові ринкові можливості та формувати нові бізнес-моделі.

Дисципліна зорієнтована на вивчення таких питань, як: сутність маркетингу та його походження, потреби, цінності та попит споживачів, обмін та ринки, товар, вартість і цінність товару, концепції маркетингу, сегментування ринку, диференціація ринкової пропозиції, позиціонування товарів на ринку, макро-та мікросередовище, сутність та складові комплексу маркетингу, сутність та інструменти інтернет-маркетингу, зміст поняття «маркетингові дослідження», основні напрямки та етапи маркетингових досліджень, зміст маркетингової товарної політики, сутність та класифікація товарів, параметри товарної номенклатури та асортименту продукції, концепція ЖЦТ, сутність маркетингової цінової політики, маркетингова політика комунікацій, рекламні засоби, види реклами, нерекламні засоби маркетингових комунікацій сутність маркетингової політики розподілу, маркетингова логістика, форми поширення продукції.

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

Завдання дисципліни полягає у 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

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які студент набере в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	Результати навчання (РН)
076«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	<p>ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p>	<p>ФК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.</p> <p>ФК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>ФК 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур</p>	<p>РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.</p> <p>РН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> <p>РН 19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.</p> <p>РН 22. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні</p>

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Сутність технологій STP маркетингу
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
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

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 університеті.

✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проекті, 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. Годин С. Пурпурова корова. Як створити незабутній продукт. Київ: Вид-во «Наш формат». 2018. 168 с.


2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Вид-во: Диалектика. 2020. 880 с.

3. Маркетингові війни: Ел Райс і Джек Траут ; [пер. з англ. В. Стельмаха]. - Харків : Фабула : Ранок, 2019. 237 с.

4. Kotler Ph., Kaller K. Marketing management. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2015. 816 p.

5. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity 1st Edition, 2021. 208p.

Гарант освітньої програми


(підпис)

Галина ГРИЦАЄНКО