

**ВСП «АНАНЬІВСЬКИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ
КОЛЕДЖ УМАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

СИЛАБУС

навчальної дисципліни «Основи маркетингу»

спеціальність D3 Менеджмент

викладач: _____ Рирмак Г.І.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право	Вибірковий освітній компонент, що формує спеціальні компетентності
	Спеціальність: D3 Менеджмент	Рік підготовки: III-й Семестр V-й Лекції 20 год.
Загальна кількість годин - 90		Практичні, семінарські 40 год. Самостійна робота 30 год.
аудиторних – 60 самостійної роботи ЗФПО -30	Освітньо-професійний ступінь: «фаховий молодший бакалавр»	Вид контролю: <u>залік</u>
Перелік дисциплін, які мають бути вивчені раніше, перелік раніше здобутих результатів навчання тощо(міжпредметні зв'язки)	Ціноутворення, математика, українська мова за професійним спрямуванням, економіка, економіка підприємств	

Навчальна дисципліна «Основи маркетингу» є вибірковою компонентою освітньо-професійної програми.

Метою навчальної дисципліни є: формування у здобувачів фахової передвищої освіти економічного мислення підприємницького і комерційного підходу до вирішення поставлених завдань; здатності до роботи в умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції; уміння застосовувати стратегії маркетингу на сучасному підприємстві; здатності розробляти ефективні напрями розвитку підприємства; уміння планувати та контролювати маркетингову діяльність.

Завдання вивчення дисципліни «Основи маркетингу»:

- вивчення теоретичних понять категорій маркетингу і сучасних тенденцій у цій галузі знань;
- опанування метрологічним апаратом організації маркетингової діяльності на підприємствах;
- набуття здатності до творчого пошуку напрямів удосконалення маркетингової діяльності.
- **У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач фахової передвищої освіти повинен набути**

-

Загальні компетентності:

- ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою, як усно, так і письмово
- ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

-

Спеціальні компетентності:

- СК 2. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
- СК 4. Здатність управляти підрозділом і налагоджувати необхідні комунікації в процесі управління
- СК 6. Здатність планувати, аналізувати, контролювати та оцінювати власну роботу і роботу інших працівників
- СК 8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних завдань
- СК 9. Здатність проводити економічні розрахунки.

Результати навчання:

- РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.
- РН 7. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі в професійній діяльності

- РН 8. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань
- РН 11. Здійснювати пошук, збирання, оброблення й аналізувати інформації у професійній діяльності.
- РН 12. Демонструвати навички командної роботи, лідерства для налагодження комунікації у професійній діяльності
- РН 13. Планувати, аналізувати, контролювати й оцінювати власну роботу і роботу інших осіб у професійній діяльності
- РН 14. Визначати основні економічні показники підприємства (підрозділу) для підвищення ефективності діяльності
- РН 15. Проявляти ініціативу та підприємливість для розвитку підприємства (підрозділу)

ОРІЄНТОВАНИЙ ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

	Назва розділу, модуля, теми програми	Обсяг годин									
		за програмою навчальної дисципліни					за робочою програмою навчальної дисципліни				
		Всього	Лекції	Практичні	Контрольно- підсумкові	Самостійна робота	Всього	Лекції	Практичні	Контрольно- підсумкові	Самостійна робота
1	т. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	6	2	-	-	4	6	2	-	-	4
2	т. Основні категорії та комплекс маркетингу	8	2	-	-	6	8	2	-	-	6
3	т. Маркетингові дослідження	12	2	2	-	8	12	2	2	-	8
4	т. Маркетингова товарна політика	10	2	4	-	4	10	2	4	-	4
5	т. Маркетингова цінова політика	10	2	6	-	2	10	2	6	-	2
6	т. Розповсюдження товарів і послуг	7	1	-	-	6	7	1	-	-	6
7	т. Маркетингові комунікації	11	1	4	-	6	11	1	4	-	6
8	т. План маркетингу підприємства	13	1	8	-	4	13	1	8	-	4
9	т. Організація маркетингу	6,5	0,5	-	-	6	6,5	0,5	-	-	6
10	т. Контроль маркетингу	6,5	0,5	-	2	4	6,5	0,5	-	2	4
Всього годин з навчальної дисципліни		90	14	24	2	50	90	14	24	2	50

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		За 4-бальною шкалою	За 12-бальною шкалою
90 – 100	A	відмінно	10-12
82-89	B	добре	7-9
74-81	C		
64-73	D	задовільно	4-6
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно	3
0-34	F		1-2

ВІДПОВІДНІСТЬ РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
			екзамен	залік
A	ЗФПО виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить та опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні обдарування і нахили	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
B	ЗФПО вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
C	ЗФПО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність;			

	виправляти помилки, серед яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
D	ЗФПО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
E	ЗФПО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
FX	ЗФПО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зареховано
X	ЗФПО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів			

Література Основна

01. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг. Навч. посіб. Суми ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
02. Зоріна О.І. Основи маркетингу та менеджменту. Навч. посіб. Харків. 2014. 319 с.
03. Іваненко Н., Борисова Т. Маркетинг. Електронний ресурс: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2021 180 с.
04. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу. Навч. посіб.. – К: Кондор, 2016. 240 с.
05. Палига Є.М. та ін. Маркетинг: підручник Львів: Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
06. Сенишин О.С.. Кривешко О.В. Маркетинг. Навч. посіб. Львів, 2020. 347 с.

Додаткова

01. Липчук В.В. Маркетинг: навч. посіб.-Львів: Магнолія, 2012
02. Примак Т.О. Маркетинг: навч.посіб. – К.: МАУП,2012.
03. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємницькою – К.: КНЕУ, 2014

04. Шканова О.М. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. – 2-г видання. – К.: МАУП, 2013

Інформаційні ресурси

1. [http:// uam.in.ua](http://uam.in.ua) – Українська асоціація маркетингу
2. [http:// marketolog.ru](http://marketolog.ru) – Журнал «Маркетолог»
3. [http:// mmr.net.ua/main/index.html](http://mmr.net.ua/main/index.html) – Український журнал про маркетингові комунікації і медіа «Marketing Media Review» (MMR)
4. [http:// gfk-usm.com.ua](http://gfk-usm.com.ua) – Компанія маркетингових досліджень і досліджень телеаудиторії «Gfk Ukraine»
5. <http://reklamaster.com> – Український рекламний портал