



Силабус навчальної дисципліни
«Вступ до фаху»

| | |
|--|--|
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Освітня програма | ОПП «Маркетинг» |
| Освітній рівень | Перший (бакалаврський) |
| Статус дисципліни | обов'язкова |
| Мова викладання | українська |
| Курс / семестр | 1 курс, 1 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 4 |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | лекції - 24 год. |
| | практичні - 24 год. |
| | самостійна робота - 72 год. |
| Форма підсумкового контролю | екзамен |
| Кафедра | економіки, підприємництва та маркетингу, аудиторія 108А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html |
| Викладач | Скрильник Андрій Сергійович, к.е.н., доцент |
| Контактна інформація викладача | fem.skrylnykas@nupp.edu.ua |
| Дні занять | За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу |
| Консультації | аудиторія 108А відповідно до графіку |
| Мета навчальної дисципліни – формування у студентів першого уявлення про свою майбутню спеціальність, ознайомлення з теоретичними основами маркетингу, його основними концепціями, ринковими проблемами у XXI ст. | |
| Програмні результати навчання | |
| P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. | |
| P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. | |
| P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта | |
| P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. | |
| Передумови для навчання | |
| Попередньо опановані дисципліни: знання отримані в закладах середньої освіти | |
| Індивідуальне завдання | Не передбачено |
| Зміст навчальної дисципліни | |
| Змістовий модуль 1. Сутність концепції підготовки здобувачів ступеня вищої освіти бакалавр зі спеціальності 075 «Маркетинг». | |
| Тема 1. Вища освіта в Україні у контексті Болонського процесу. Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»: перший (бакалаврський) рівень. Тема 2. Структура, основні компетентності та результати навчання за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» з підготовки здобувачів ступеня вищої освіти бакалавр. Тема 3. Організація освітнього процесу, студентське самоврядування, правила академічної доброчесності Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Тема 4. Особливості професійного становлення та самоосвіти фахівця з маркетингу | |
| Змістовий модуль 2. Роль та задачі маркетолога на підприємстві (організації, установі). | |
| Тема 5. Професія «маркетолог»: зміст, характер та сфера майбутньої професійної | |



діяльності. Тема 6. Планування роботи маркетолога: проекція в освітній процес та професійну діяльність. Тема 7. Основні поняття та сутність концепцій маркетингу. Тема 8. Підприємство (організація, установа) у маркетинговому середовищі.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=>

Рекомендовані джерела

1. Вища освіта України і Болонський процес [Текст] : підручник [та ін.] ; Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського, Каф. суспіл. наук. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015. 396 с.
2. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. Режим доступу: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/3807/075-marketing-bakalavrcopy.pdf>
3. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 611 с.
4. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів І. Буднікевич, О. Баранник, О. Кифяк, І. Немцева [та 2 інших]; за ред. І.М. Буднікевич. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 535 с.
5. Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник. Уклад.: І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнева, Н. Тафій, О. Бурдяк, Н. Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. (2-видання перероблене та доповнене). Чернівці: Чернівець. нац. ун-т, 2021. 352 с.
6. Земляков І. Основи маркетингу: Навчальний посібник/ Ігор Земляков, Ігор Рижий, Василь Савич,; Мін. освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки «Галицька академія». – К.: Центр навчальної літератури, 2019. 352 с.
7. Маркетинг: термінологічний словник / А.О. Старостіна, Н.Ю. Кочкіна, В.В. Журило [та ін.] / за ред. А.О. Старостіної. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017, 154 с.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

| Види навчальної роботи | Мах кількість балів |
|--|---------------------|
| Робота на заняттях | 10 |
| Виконання робіт поточного контролю | 30 |
| Виконання завдань на практичних заняттях | 10 |
| Екзамен | 50 |
| Максимальна кількість балів | 100 |

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |
|--|-------------|-------------------------------|
| 90 - 100 | A | відмінно |
| 82 - 89 | B | добре |
| 74 - 81 | C | |
| 64 - 73 | D | задовільно |



| | | |
|--|----|--------------|
| 60 - 63 | E | незадовільно |
| 35 - 59 | FX | |
| 1 - 34 | F | |
| Політики навчальної дисципліни | | |
| <p>Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.</p> <p>Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.</p> <p>Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.</p> <p>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=1264).</p> | | |

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13