



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг»

Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля»
Освітня програма	Економіка бізнесу
Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	2 курс, 4семестр
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	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н. Кулакова Світлана Юріївна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладачів	hivassenko@gmail.com fem.kulakova@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системи знань щодо базових категорій маркетингу, методичних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.	
Програмні результати навчання ПРН2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки, вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності. ПРН4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва і торгівлі. ПРН5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі. ПРН7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати. ПРН11. Мати концептуальні наукові та практичні знання у сфері підприємництва і торгівлі, необхідні для подальшого використання на практиці. ПРН12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур. ПРН13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур. ПРН14. Застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій та торговельній діяльності. ПРН15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів. ПРН20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких і торговельних структур з урахуванням ризиків.	



Передумови для навчання		
Попередньо опановані дисципліни: основи товарознавства		
Індивідуальне завдання	<i>Не передбачено</i>	
Зміст навчальної дисципліни		
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Тема 2. Система та характеристики маркетингу. Тема 3. Класифікація маркетингу. Тема 4. Маркетингове середовище. Тема 5. Маркетингова інформація та маркетингові дослідження. Тема 6. Маркетингова товарна політика. Тема 7. Маркетингова цінова політика. Тема 8. Маркетингова політика продажу. Тема 9. Маркетингова політика комунікацій. Тема 10. Планування, організація і контроль маркетингової діяльності		
Сторінка курсу на платформі Moodle	https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3246	
Рекомендовані джерела		
1. Gary Armstrong, Philip Kotler. Principles of Marketing. Pearson 2022.. 700 P. 2. Greg W. Marshall, Mark W. Johnston Marketing Management. McGraw-Hill Education. 2019 750 P. 3. Jerome McCarthy, William Perreault Jr., Joseph Cannon. Basic Marketing: A Global Managerial Approach. McGraw-Hill Education . 2021. 650 P. 4. Roger Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius. Marketing: The Core McGraw-Hill Education. 2018. 500P. 5. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. К: Центр навчальної літератури, 2018. 612 с. 6. Іваненко О.І., Рубан Н.І., Струтинська І.М. Основи маркетингу: підручник. Видавничий дім «Київський університет». 2020. 82 с. 7. Павлова С.О., Козак І.В., Лисенко Т.І. Маркетинговий менеджмент: сучасні тенденції та інструменти: підручник. Видавничий дім "Студент". 2023. 78 с. 8. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Одеса: Гельветика, 2020. 326 с. 9. Старостіна А. О. та ін. Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Старостіної. Вид. 2-ге, допов. та перероб. Київ: Ліра-К. 2024. 483 с. 10. Івасенко О.А. Добрянська В. В., Чичуліна К.В. Розвиток маркетингу ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод»: стратегія, екологічність, креатив. Ефективна економіка. 2023. № 8. https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2009		
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 та виконання завдань		50
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	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною



діяльності		шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

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.

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.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=3246>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «27» серпня 2024 року № 20