

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ЛУБЕНСЬКИЙ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПОЛТАВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»**

Циклова комісія економічно-комерційних дисциплін

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ**

освітньо-професійна програма Економіка

спеціальність 051 Економіка

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр

циклова комісія економічно-комерційних дисциплін

Розробник: Вікторія ПОНОМАРЕНКО, викладач комерційних дисциплін,
викладач вищої кваліфікаційної категорії

Керівник освітньо-професійної програми Економіка

Бойко Людмила, методист коледжу, викладач вищої кваліфікаційної категорії,
викладач методист

Лубни 2024 р

2. Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Основи маркетингу
Назва структурного підрозділу	Циклова комісія економічно-комерційних дисциплін
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Пономаренко Вікторія, викладач комерційних дисциплін, вища категорія. Контакти: економічний кабінет, e-mail: akivbor97@gmail.com тел.: (05361) 72-600
Ступінь фахової передвищої освіти	фаховий молодший бакалавр
Спеціальність	051 Економіка
Передумови для навчання	Студент повинен володіти достатніми знаннями з навчальних дисциплін: «Українська мова за професійним спрямуванням», «Вступ до спеціальності»..

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Основи маркетингу» формування системи знань щодо базових категорій маркетингу, його принципів і методів, головних інструментів і технології вивчення ринку та організації маркетингової діяльності, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринку з урахуванням потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Завдання навчальної дисципліни «Основи маркетингу» полягають у комплексному вивченні теоретичних засад маркетингу, включаючи його сутність, принципи, функції та еволюцію, аналізу маркетингового середовища та поведінки споживачів, розробці ефективних маркетингових стратегій, реалізації маркетингових заходів, оцінці ефективності маркетингової діяльності та адаптації до сучасних умов ринку, зокрема через використання цифрових технологій та інноваційних інструментів, з метою формування у студентів необхідних знань, вмінь та навичок для успішної маркетингової діяльності в умовах конкурентного ринкового середовища.

4. Результати навчання (компетентності випускника)

Компетентності:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 7. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 2. Здатність обирати й застосовувати положення нормативно-правових актів для якісного виконання завдань та обов'язків професійної діяльності.

СК 3. Здатність на основі типової методики і знань, розраховувати економічні і соціально-економічні показники суб'єктів господарювання.

СК 6. Здатність вирішувати професійні завдання з організації діяльності окремих підрозділів суб'єктів господарювання.

СК 7. Здатність виконувати завдання, пов'язані з функціонуванням системи управління суб'єктів господарювання.

Програмні результати навчання:

РН 3. Здійснювати пошук, збирання, оброблення та аналізування інформації у професійній діяльності.

РН 4. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання для розв'язання практичних ситуацій.

РН 7. Володіти економічною термінологією, оперувати категоріями, поняттями предметної області соціально-економічних систем різного рівня.

РН 9. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі в професійній діяльності.

РН 14. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань.

5. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

№	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		денна форма				заочна форма			
		усього	у тому числі		сам. опр	усього	у тому числі		
			лекц.	практ.			лекц.	практ .	сам. опр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль 1									
1	Сутність маркетингу та його сучасна концепція	6	1		5				
2	Класифікація маркетингу та його основні напрямки	6	1		5				
3	Маркетингові дослідження	12	4	4	4				
4	Сегментація ринку та позиціонування товару	8	2	2	4				
Модуль 2									
5	Маркетингова товарна політика	14	4	4	4				
6	Маркетингова цінова політика	12	2	2	8				
7	Маркетингова політика розподілу товарів	10	2	2	6				
Модуль 3									
8	Комплекс маркетингових комунікацій	14	6	4	4				
9	Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства	8	2	2	4				
Всього годин		90	24	20	46				
			44						

6. Трудомісткість:

Загальна кількість годин: 90 год (кредитів ЄКТС 3)

Кількість модулів: 3

Форма семестрового контролю: залік

7. Оцінювання результатів навчання

Оцінка за 4 – бальною шкалою	<u>Критерії оцінювання</u>
5 (відмінно)	Здобувач має особливі творчі здібності у застосуванні знань та розуміння закономірностей. Самостійне та бездоганне виконання пошуку, збирання, оброблення та аналізування інформації. Глибоко розуміє економічної термінології та вільно оперування категоріями та поняттями. Має творчий та обґрунтований підхід до розв'язання типових спеціалізованих задач. Має оптимальні, обґрунтовані та творчі рішення для розв'язування професійних завдань. Глибоко розуміє та точно визначає характеристики товарів і послуг, потреби споживачів за допомогою сучасних методів. Вільно використовує логістичні системи та застосовує інноваційні підходи у практичній діяльності.
4 (добре)	Здобувач вільно володіє знаннями та розумінням закономірностей, застосовує їх на практиці. Вільно володіє знаннями та розумінням закономірностей, застосування їх на практиці. Самостійно та ефективно виконує пошуку, збирання, оброблення та аналізування інформації. Розуміння економічної термінології та оперування категоріями та поняттями. Вирішення типових спеціалізованих задач під керівництвом. Знаходження оптимальних та обґрунтованих рішень для розв'язування професійних завдань.
3 (задовільно)	Відтворює значну частину теоретичного матеріалу, розуміння основних положень. Виконує пошуку, збирання, оброблення та аналізування інформації з допомогою. Ознайомлений з економічною термінологією та розуміння категорій та понять. Розв'язує типових спеціалізованих задач з допомогою. Знаходження рішень для розв'язування професійних завдань за допомогою.
2 (незадовільно)	Володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, не розуміння суті понять. Не здатність самостійно виконувати пошук, збирання, оброблення та аналізування інформації. Не володіння економічною термінологією та не розуміння категорій та понять. Не здатність розв'язувати типові спеціалізовані задачі. Не здатність знаходити рішення для розв'язування професійних завдань.

8. Політика курсу навчальної дисципліни

8.1. Політика щодо академічної доброчесності

Політику щодо академічної доброчесності регламентує Положення про академічну доброчесність у Відокремленому структурному підрозділі «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж Полтавського державного аграрного університету».

Дотримання принципу академічної доброчесності здобувачами фахової передвищої освіти при опануванні навчальної дисципліни передбачає: самостійне виконання завдань поточного, модульного та підсумкового контролю; добросовісна та коректна робота із джерелами інформації, посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права.

8.2. Комунікаційна політика

Здобувачі фахової передвищої освіти повинні мати електронну пошту та на випадок проведення занять у дистанційному режимі обліковий запис в спеціалізованому хмарному середовищі.

Дистанційна комунікація учасників освітнього процесу може здійснюватися через засоби комунікації: електронну пошту, месенджери, чати, відеоконференції тощо.

8.3. Політика щодо відвідування занять

Здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані відвідувати всі види навчальних занять, що передбачені навчальним планом, відповідно до розкладу занять.

Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач фахової передвищої освіти має повідомити викладача особисто або через старосту групи. При не явці на заняття через поважні причини, не пізніше трьох днів після виходу на заняття подати підтверджуючі документи куратору групи.

Кожне пропущене без поважної причини заняття відпрацьовується здобувачем фахової передвищої освіти на оцінку у формі усної співбесіди, письмової роботи тощо. Пропущена тема вивчається студентом самостійно.

8.4. Політика щодо перескладання

Перездача модульних оцінок на підвищення не дозволяється (за винятком незадовільних оцінок).

Здобувач фахової передвищої освіти, який одержав незадовільну семестрову оцінку, може ліквідувати академічну заборгованість за погодженням із завідувачем відділення до початку наступного за сесією семестру згідно з розкладом ліквідації заборгованості в терміни, визначені заступником директора з навчальної роботи.

При ліквідації академічної заборгованості допускається перескладання заліку не більше двох разів: перший раз викладачу, другий – комісії, до складу якої входить заступник директора з навчальної роботи, голова циклової комісії (за якою закріплена дана дисципліна) та викладач.

9. Рекомендовані джерела інформації

Базові:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Основи маркетингу. Науковий світ, 2022. 880с
2. Буряк Р.І Маркетинг: підручник / Буряк Р.І., Збарський В.К., Ларіна Я.С. та ін. К.: ЦП "Компринт", 2019. 750 с.
3. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
4. Іванечко Н. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
5. Котлер Ф., Картаджайя Г., Сетіаван І. Маркетинг 3.0: Від продуктів до споживача і далі – до людської душі/ MagneticOne Academy, 2016. 230 с.
6. Котлер Ф., Картаджайя Г., Сетіаван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2019. 224 с.
7. Ларіна Я.С [Міжнародний маркетинг](#) : підручник / Я.С. Ларіна, О.І. Бабічева, Р.І. Буряк, В.А. Рафальська [та 5 інших]. Київ : Видавничий дім "Гельветика", 2018. 452 с.
8. Ларіна Я.С., Антофій Н.М. [Маркетинговий аудит](#). Навчальний посібник. Олді-Плюс. 2021, 336 с.
9. Ларіна Я.С., Бабічева О.І. , Романова Л.В., Антофій Н.М. [Стратегічний маркетинг](#). Навчальний посібник. Х.: Олді-плюс. 2019. 364 с.
10. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. [Поведінка споживачів](#). Навчальний посібник. Херсон. Олді-Плюс. 2020, 284 с.
11. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
13. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
14. Управління рекламними проектами. Навчальний посібник. / Луцій О.П., Ларіна Я.С., Весперіс С.З. та ін. Х.: Олді-плюс. 2019. 300 с.
15. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. [Бенчмаркінг](#). Навчальний посібник. Одеса: Олді-Плюс. 2023. 472 с.

Додаткові:

1. Майовця Є.Й. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с
2. Стефанів Н. Особливості розгляду справ про порушення законодавства про рекламу в частині дискримінації за ознакою статі: Навч. посібник / Н. Стефанів, І. Лилик, О. Бучинська, О. Давліканова та ін. / за ред. О. Давліканова. К.: Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні, 2020. 128 с.
3. Іванечко Н. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

Інформаційні ресурси:

1. Маркетинг URL: <https://stud.com.ua/22265/marketing/marketing>
2. Маркетинг URL: https://pidru4niki.com/1584072039732/marketing/marketing#google_vignette
3. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858>
4. Українська асоціація маркетингологів URL: <http://uam.in.ua/projects>
5. Сервіс для екскурсій онлайн URL: <https://hryoutest.in.ua/>
6. Сервіс для інтерактивного навчання URL: <https://learningapps.org/>
7. Платформа масових відкритих онлайн-курсів URL: <https://prometheus.org.ua/>