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

Циклова комісія обліково-фінансових дисциплін

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

освітньо-професійна програма Фінанси, банківська справа та страхування
спеціальність – 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр
циклова комісія обліково-фінансових дисциплін

Розробник: **Вікторія ПОНОМАРЕНКО**, викладач комерційних дисциплін, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист

Керівник освітньо-професійної програми Фінанси, банківська справа та страхування

Тетяна КОЧЕРГА, викладач фахових дисциплін циклової комісії обліковофінансових дисциплін, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист

Лубни 2026 р

2. Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	**Основи маркетингу**
Назва структурного підрозділу	Циклова обліково-фінансових дисциплін
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Пономаренко Вікторія, викладач комерційних дисциплін, вища категорія, викладач-методист Контакти: економічний кабінет, e-mail: akivbor97@gmail.com
Ступінь фахової передвищої освіти	фаховий молодший бакалавр
Спеціальність	072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Передумови для навчання	Студент повинен володіти достатніми знаннями з навчальних дисциплін: «Вступ до спеціальності», «Соціологія», «Політична економія», «Інформатика і комп'ютерна техніка»

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 фінансових продуктів на ринку з урахуванням потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності фінансових установ та організацій.

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. Знання і розуміння предметної області та
розуміння професійної діяльності.
ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 2. Здатність здійснювати професійну діяльність, згідно з вимогами законодавства.
СК 3. Розуміння особливостей функціонування сучасної національної і світової фінансових систем та їх структури.
СК 4. Розуміння принципів організації фінансових відносин.

Програмні результати навчання:

РН 2. Володіти державною та іноземною мовами для складання ділових паперів і комунікації у професійній діяльності.
РН 3. Знати економічні категорії, закони, причинно наслідкові та функціональні зв'язки, що існують між фінансовими процесами та економічними явищами.
РН 5. Дотримуватися вимог законодавства для забезпечення правомірності професійних рішень.
РН 6. Застосовувати набуті теоретичні знання у практичній діяльності для розв'язання професійних завдань.
РН 8. Здійснювати пошук, відбір та опрацювання інформації з різних джерел у процесі професійної діяльності.

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	Критерії оцінювання
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 вільне оперування категоріями та поняттями. Має творчий та обґрунтований підхід до розв'язання типових спеціалізованих задач Має оптимальні, обґрунтовані та творчі рішень 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)	Відтворєю 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, посилання 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. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
4. посібник. Херсон. Олді-Плюс. 2020, 284 с.
5. Ларіна Я.С., Антофій Н.М. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. Олді-Плюс. 2021, 336 с.
6. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. Бенчмаркінг. Навчальний посібник. Одеса: Олді-Плюс. 2023. 472 с.

Додаткові:

1. 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.

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 маркетилогів 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/