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 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
D7 Торгівля
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр
циклова комісія економічно-комерційних дисциплін

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

Керівник освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Вікторія ПОНОМАРЕНКО, голова циклової комісії економічно-комерційних дисциплін, викладач фахових дисциплін циклової комісії економічно-комерційних 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 комісія економічно-комерційних 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	076 Підприємництво та торгівля та D7 Торгівля
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 застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК 1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких та торговельних структур

СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК 10. Здатність використовувати логістичні системи у підприємницькій та торговельній діяльності

Програмні результати навчання:

РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою.

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємницької та торгівельної діяльності.

РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємницької та торгівельної діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

РН 9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності.

РН 10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

РН 14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.

РН 16. Використовувати логістичні системи у підприємницькій та торговельній 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 демонструє глибокі та системні знання закономірностей підприємництва. Вільно та професійно володіє державною та іноземною мовами. Самостійно та бездоганно здійснює пошук, критичний відбір та аналіз інформації з різних джерел. Ефективно використовує сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології для обміну даними. Виявляє творчий підхід до застосування інноваційних методів, точно визначає характеристики товарів/послуг та потреби споживачів. Професійно використовує логістичні системи для розв'язання складних професійних завдань.
4 (добре)	Здобувач вільно володіє теоретичним матеріалом та розуміє закономірності галузі. Впевнено використовує фахову термінологію (зокрема іноземною мовою). Самостійно та ефективно здійснює пошук і обробку професійної інформації. Вміє застосовувати сучасні ІТ-технології та логістичні підходи у практичній діяльності. Пропонує обґрунтовані рішення для розв'язання типових спеціалізованих задач, правильно визначає асортиментну політику на основі потреб споживачів, проте в інноваційних підходах може бракувати самостійності.
3 (задовільно)	Здобувач відтворює значну частину матеріалу, розуміє основні положення та категорії. Володіє мовними навичками на рівні, достатньому для базової комунікації. Пошук, збирання та аналіз інформації, а також використання логістичних систем і комп'ютерних технологій здійснює з допомогою викладача або за зразком. Здатний визначати основні характеристики товарів та потреби споживачів, але припускається неточностей у виборі методів дослідження чи прийнятті рішень.
2 (незадовільно)	Здобувач володіє матеріалом лише на рівні окремих фрагментів. Не розуміє суті економічних категорій, не володіє професійною термінологією. Не здатний самостійно здійснювати пошук інформації, використовувати сучасні ІТ-технології чи логістичні інструменти. Не вміє визначати характеристики товарів або потреби споживачів навіть за допомогою підказок. Відсутні навички розв'язання типових 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. 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.
3. Котлер Ф., Картаджайя Г., Сетіаван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2020. 224 с.
4. Ларіна Я.С., Антофій Н.М. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. Олді-Плюс. 2021, 336 с.
5. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживачів. Навчальний посібник. Херсон. Олді-Плюс. 2020, 284 с.
6. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
7. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
9. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
10. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. Бенчмаркінг. Навчальний посібник. Одеса: Олді-Плюс. 2023. 472 с.

Додаткові:

1. Електронний журнал «Маркетинг в Україні» https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/
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.
2. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

Інформаційні ресурси:

1. Електронна бібліотека ГО «Українська Асоціація Маркетингу» URL: https://uam.in.ua/library/
2. 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. Офіційний сайт ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Ukrainian Marketing Association). URL: **https://uam.in.ua/**

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/