

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 3-4 семестр.
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 225 год. Кількість кредитів – 7,5.
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p>Викладач: Терещенко Іван, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус №4) ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</p>
Мета вивчення навчальної дисципліни	формування у майбутніх маркетологів сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо розробки та реалізації товарної, цінової, збутової і комунікаційної маркетингових політик з урахуванням потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.
Компетентності	<p>загальні: ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 11. Здатність працювати в команді. ЗК 15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p> <p>спеціальні (фахові): ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати</p>

	<p>положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p>
<p>Результати навчання</p>	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція</p> <p>Тема 2. Класифікація маркетингу</p>

	<p>Тема 3. Характеристика маркетингу Тема 4. Маркетингові дослідження Тема 5. Сегментація ринку і позиціонування товару Тема 6. Формування маркетингової стратегії підприємства Тема 7. Маркетингова товарна політика Тема 8. Управління торговими марками Тема 9. Маркетингова цінова політика Тема 10. Маркетингова збутова політика Тема 11. Маркетингова логістика Тема 12. Маркетингові комунікації Тема 13. Організація маркетингу Тема 14. Контроль маркетингу Тема 15. План маркетингу підприємства</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання лабораторних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – залік, іспит.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>2. Академічна мобільність Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перерахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>3. Неформальна/інформальна освіта На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості</p>

	<p>неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>4. Дедлайни та перескладання</p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Філософія», «Менеджмент», «Інфраструктура товарного ринку», «Економіка і фінанси підприємства», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)», «Українська мова (за професійним спрямуванням)».</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с. 2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с. 3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с. 4. Косар Н. С. Маркетингові дослідження / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с. 5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с. 6. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с. 8. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с. 9. Савич О. Управління маркетинговою діяльністю автовиробників на світовому ринку: монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 244 с. 10. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. <p style="text-align: center;">Допоміжні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с. 2. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.

3. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 620 с.
4. Баргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
5. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 536 с.
6. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
7. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
8. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
9. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
10. Освітньо-професійна програма Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/5403/oppmarketing_bakalavr.pdf/ (дата звернення: 01.09.2021).
11. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
12. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 20. С. 56–60. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6859&i=9>
13. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства АгроСвіт. 2019. № 18. С. 63–67. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2959&i=8>
14. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>
15. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.
3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>
7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>
9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

	<p>10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt</p> <p>11. Журнал «Мир упаковки». URL: http://packaging.com.ua/magazine-list</p> <p>12. Українська асоціація маркетингу. URL: https://uam.in.ua</p> <p>13. Statista Q. Статистика на основі даних. URL: https://q.statista.com/</p> <p>14. Marketer – інформаційний ресурс URL: https://marketer.ua/ua/</p>
Рік введення	2023