

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Маркетинг

Освітньо-професійна програма Фінанси, банківська справа та страхування
спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь бакалавр

Розробник:

Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри маркетингу,
д. е. н., професор

Гарант:

Безкровний Олександр – доцент кафедри
фінансів, банківської справи та
страхування, к. е. н., доцент



Полтава
2021 р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг вибіркова фахова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Писаренко Володимир , д.е.н., професор Контакти: ауд. 471, навчальний корпус № 4 e-mail: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua, тел.: 0664420433, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	072 Фінанси, банківська справа та страхування
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Маркетингу: економічна інформатика, економічна теорія, економічний аналіз

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни є формування у майбутніх спеціалістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу, організації та здійснення маркетингових досліджень, сегментування ринку та вибору цільових сегментів, розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

Компетентності:		Програмні результати навчання:
загальні:	фахові:	
Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність до формування системи знань щодо засад організації і планування маркетингової діяльності підприємств та набуття відповідних практичних навичок та вмій.	Здатність досліджувати тенденції розвитку маркетингу за допомогою інструментарію, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в маркетингу. Здатність ідентифікувати ризики маркетингової діяльності та, використовуючи дійсні параметри, розробляти й реалізовувати сучасні концепції захисту маркетингових інтересів суб'єктів господарювання	Реалізовувати новітні теоретичні знання та практичні навички в умовах швидкозмінюваного ринкового середовища, зокрема щодо здійснення маркетингових досліджень, маркетингової цінової та товарної політики, політики просування та продажу. Вміти працювати як самостійно, так і в команді, проявляти лідерські якості та відповідальність у роботі, дотримуватися етичних принципів, поважати індивідуальне та культурне різноманіття.

Програма навчальної дисципліни:

- Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
- Тема 2. Маркетингові дослідження.
- Тема 3. Маркетингова товарна політика.
- Тема 4. Маркетингова цінова політика.
- Тема 5. Маркетингова політика продажу.

Тема 6. Маркетингова політика просування.
 Тема 7. Організація маркетингу.
 Тема 8. Планування та контроль маркетингу.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.
 Кількість кредитів – 4.
 Форма сем. контролю – залік.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом по темі
	Виконання практичного завдання	Розв'язання тестів	Написання рефератів	Опитування	
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.	5	3	-	3	11
Тема 2. Маркетингові дослідження.	5	3	-	3	11
Тема 3. Маркетингова товарна політика.	5	3	-	3	11
Тема 4. Маркетингова цінова політика.	5	3	-	3	11
Тема 5. Маркетингова політика продажу.	5	3	-	3	11
Тема 6. Маркетингова політика просування.	5	3	-	3	11
Тема 7. Організація маркетингу.	5	3	-	3	11
Тема 8. Планування та контроль маркетингу.	5	3	12	3	23
Разом	40	24	12	24	100

Рекомендовані джерела інформації

1. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємства : Навчальний посібник; за заг. ред. Косенко О.П. *Харків, НТУ «ХПІ»*. 2018. 1008с.
2. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємств: Навчальний посібник. *Харків: НТУ «ХПІ»*, 2018. 1000с.
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. *Дніпро: Пороги*, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>.
4. Писаренко В.В., Шгаль Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. *Харків: Видавництво «Лідер»*, 2017. 230 с. URL: <http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274>.
5. Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. *Index Copernicus* URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf.