

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг

освітній ступінь Бакалавр

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



Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг факультетська вибіркова 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	0,35 Філологія, 052 Політологія, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Маркетингу: економічна теорія, економічний аналіз, менеджмент

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетинг» дозволить оволодіти ефективним використанням концепцій маркетингу в практичній діяльності підприємств, формування цілей, задач і функцій маркетингу, аналіз маркетингового середовища підприємства, розробки комплексу маркетингу та керування маркетинговою діяльністю на підприємстві.

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 макрота 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:
<i>загальні:</i>	
ЗКФК 3. Здатність до адаптації та дій в умовах мінливого зовнішнього середовища. ЗКФК 6. Володіння управлінськими навичками для вирішення професійних завдань	ПРФК 3. Володіти системними методами моделювання, аналізу і прогнозування суспільно-економічних та маркетингових явищ в системі ефективного інформаційного забезпечення ПРФК 5. Оцінювати та аналізувати фінансову, облікову, економічну, маркетингову інформацію, застосовувати фінансово-економічні методи та інструменти для розв'язання практичних завдань у професійній діяльності

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

Назви тем	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. Маркетинг: підруч. / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. Київ: Знання, 2009. 1070 с.

2. Маркетинг: підруч. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. 4-те вид. Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.

3. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємства : Навчальний посібник; за заг. ред. Косенко О.П. Харків, НТУ «ХП». 2018. 1008с.

4. 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>.

5. Писаренко В.В., Шталь 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>.

6. 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.