

**СИЛАБУС**  
 навчальної дисципліни  
**«МАРКЕТИНГ»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	051 Економіка освітньо-професійна програма Економіка підприємства
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Обов'язкова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	3 курс, 5 семестр.
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 90 год. Кількість кредитів – 3,0.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	 <p>           Викладач: <b>Майборода Олена</b>, к.е.н., доцент кафедри            Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4)  <a href="mailto:olena.mayboroda@pdaa.edu.ua">olena.mayboroda@pdaa.edu.ua</a>            сторінка викладача:  <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna</a> </p>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	формування у здобувачів вищої освіти 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.
<b>Компетентності</b>	<p><i>Загальні:</i></p> <p>ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.</p> <p><i>Спеціальні (фахові) компетентності:</i></p> <p>СК 12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p>

	<p>СК 13.Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.</p> <p>СК 14.Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p> <p>СК 16. Уміння розробляти елементи продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики суб'єктів господарювання.</p>
<b>Результати навчання</b>	<p>ПРН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.</p> <p>ПРН 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах.</p> <p>ПРН 26. Набути навички розробки продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики підприємства.</p>
<b>Методи навчання</b>	<p><b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b>  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, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p><b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  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><b>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій.</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p><b>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  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>
<b>Програма навчальної дисципліни</b>	<p>Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція</p> <p>Тема 2. Класифікація маркетингу</p> <p>Тема 3. Характеристика маркетингу</p> <p>Тема 4. Маркетингові дослідження</p> <p>Тема 5. Маркетингова товарна політика</p> <p>Тема 6. Маркетингова цінова політика</p> <p>Тема 7. Маркетингова політика продажу</p> <p>Тема 8. Маркетингова політика просування</p> <p>Тема 9. Організація маркетингу</p> <p>Тема 10. Контроль маркетингу</p> <p>Тема 11. План маркетингу підприємства</p>
<b>Стратегія оцінювання результатів</b>	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами

навчання	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 практичних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – екзамен.
Політика навчальної дисципліни	<p><b>1. Академічна доброчесність</b> 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, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b> 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 перезарахування 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><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b> 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 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><b>4. Дедлайни та перескладання</b> 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>
Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)	Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Іноземна мова (за професійним призначенням)», «Економіка

	підприємства», «Менеджмент», «Соціальна економіка», курсова робота «Економіка підприємства».
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)	Презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємства : Навчальний посібник; за заг. ред. Косенко О.П. Харків, НТУ «ХПІ». 2018. 1008с.</li> <li>2. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: <a href="http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274">http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274</a>.</li> <li>3. 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.</li> <li>4. Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 18. Index Copernicus URL: <a href="http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf">http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf</a>.</li> <li>5. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / Національна академія управління / За ред М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін . К. : Національна академія управління, 2020.с.</li> <li>6. Volodymyr Pysarenko, Olena Mayboroda Marketing logistic business model of vegetable market due to zonal specialization. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology. Monograph · 25. 2019. P. 110-120</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Додаткові</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Антощенкова В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2017. с. 77—84.</li> <li>2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.</li> <li>3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.</li> <li>4. Халіна В.Ю., Корсунський Г.Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. «Молодий вчений». 2017. № 4.4 (44.4). С.116-119</li> <li>5. Маркетингова політика розподілення. Методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання / Укл.: Вербицька А.В., Бабаченко Л.В., Забаштанська Т.В., Хоменко І.О. Чернігів: ЧНТУ, 2020. 30 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Інформаційні ресурси мережі Інтернет</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інтернет-портал для управлінців. URL: <a href="http://www.management.com.ua">http://www.management.com.ua</a>.</li> <li>2. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні». URL: <a href="http://sites.google.com/site/lekciie/rozdil-1-vstup-do-marketingu/normativno-pravova">http://sites.google.com/site/lekciie/rozdil-1-vstup-do-marketingu/normativno-pravova</a> .</li> <li>3. Онлайн-Бібліотека. URL: <a href="http://www.twirpx.com/file/82805/">http://www.twirpx.com/file/82805/</a>.</li> <li>4. Онлайн-Бібліотека. URL: <a href="http://imanbooks.com/">http://imanbooks.com/</a>.</li> </ol>

	<p>5. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <a href="http://www.nbuv.gov.ua">http://www.nbuv.gov.ua</a>.</p> <p>6. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: <a href="https://me.gov.ua/?lang=uk-UA">https://me.gov.ua/?lang=uk-UA</a></p> <p>7. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України URL: <a href="https://mtu.gov.ua/">https://mtu.gov.ua/</a></p> <p>8. Офіційний сайт торгово-промислової палати України URL: <a href="https://uccr.org.ua/">https://uccr.org.ua/</a></p> <p>9. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a>.</p>
Рік введення	2023