МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(обов'язкова фахова навчальна дисципліна)

МАРКЕТИНГ

Розробник:
Олена Майборода –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н

Полтава
2022 р.

Назва навчальної дисципліни	**Маркетинг**
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	обов'язкова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: **Майборода Олена**, к.е.н. Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус 4) olena.mayboroda@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність ***Освітня програма***	073 Менеджмент *ОПП Менеджмент підприємства*
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни «Маркетинг» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Іноземна мова (за професійним спрямуванням), «Економічна теорія», «Менеджмент», «Правознавство», «Українська мова (за професійним призначенням)», «Філософія», «Стиль та імідж менеджера», «Менеджмент-консалтинг», «Управління соціальною відповідальністю підприємства»

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців 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:

Загальні:

ЗК 9. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 11. Здатність до адаптації та дій у новій ситуації.

ЗК 13. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

СК 16. Здатність застосовувати сучасні технології створення та управління власним іміджем, а також іміджем підприємства, організації.

Програмні результати навчання:

РН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

РН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

РН 18. Демонструвати навички стратегічного та інноваційного управління в умовах невизначеності та ризику; ідентифікувати ризики в агропродовольчій сфері.

Програма та структура навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин			
	076МЕН_бд_2022			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	12	2	-	10
Тема 2. Класифікація маркетингу	14	2	2	10
Тема 3. Характеристика маркетингу	14	4	-	10
Тема 4. Маркетингові дослідження	14	2	2	10
Тема 5. Маркетингова товарна політика	14	2	2	10
Тема 6. Маркетингова цінова політика	14	2	2	10
Тема 7. Маркетингова політика продажу	12	2	-	10
Тема 8. Маркетингова політика просування	14	2	2	10
Тема 9. Організація маркетингу	14	2	2	10
Тема 10. Контроль маркетингу	12	2	-	10
Тема 11. План маркетингу підприємства	16	4	2	10
Усього годин	**150**	**26**	**14**	**110**

Оцінювання результатів навчання

Форми контролю результатів навчання

073МЕН_бд_2022

Програмні результати навчання	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти					
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань зі сам. роб.	Реферат/презентація	Екзамен	**Разом**
РН 6	9	5	9	10	9	42
РН 15	9	5	9	10	9	42
РН 18	3	1	4	6	2	16
Разом	21	11	22	26	20	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

073МЕН_бд_2022

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат/презентація	Екзамен	
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	-	1	2			3
Тема 2. Класифікація маркетингу	3	1	2			6
Тема 3. Характеристика маркетингу	-	1	2			3
Тема 4. Маркетингові дослідження	3	1	2			6
Тема 5. Маркетингова товарна політика	3	1	2			6
Тема 6. Маркетингова цінова політика	3	1	2			6
Тема 7. Маркетингова політика продажу	-	1	2			3
Тема 8. Маркетингова політика просування	3	1	2			6
Тема 9. Організація маркетингу	3	1	2			6
Тема 10. Контроль маркетингу	-	1	2			3
Тема 11. План маркетингу підприємства	3	1	2			6
За будь якою темою (реферат)				10		10
За будь якою темою (презентація)				16		15
Екзамен					20	20
Всього	21	11	22	26	20	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних вправ

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2-3	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
1-2	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
0-1	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
7-10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
4-6	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-3	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
11-16	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носієві) матеріалу презентації.
6-10	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-5	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2	вірно розкрите питання самостійної роботи; студент демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки
1	студент демонструє знання і розуміння основних положень питання самостійної роботи, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні помилки у мовленнєвому оформленні відповіді
0-1	студент демонструє поверхневі, неточні знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні

Шкала та критерії оцінювання тестових завдань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
0,5-1	студент демонструє обізнаність в темі, дає правильні відповіді більше ніж на половину питань тесту (по 0,1 бали за кожну)
0-0,5	студент демонструє поверхневі знання теми, дає правильні відповіді менш ніж на половину питань тесту (по 0,1 бали за кожну)

Формою семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Маркетинг» є екзамен.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Шкала оцінювання, балів	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
для теоретичного питання (2 питання)	0-5	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки. Здобувач не повною мірою показує вміння . аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	5-10	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач повністю показує вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0-5	Завдання виконано правильно, але має певні неточності, недостатньо обґрунтоване та осмислене, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності.Здобувач демонструє на середньому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	5-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності. Відповіді у розв’язку правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач демонструє на високому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Всього	20 балів	

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 150 год.
Кількість кредитів 5
Форма семестрового контролю іспит

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

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); посилання 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.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist.

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 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

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 менеджментосвіти в Україні», 2009. 648 с.

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

4. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274.

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.

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.

7. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / Національна академія управління /За ред М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін . К. : Національна академія управління, 2020.с.

8. 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

Додаткові

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.

2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.

3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

4. Халіна В.Ю., Корсунський Г.Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. «Молодий вчений». 2017. № 4.4 (44.4). С.116-119

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.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. URL: http://dspace.pdaa/edu.ua:8080/handle/123456789/8387.

2. Онлайн-Бібліотека. URL:http://www.twirpx.com/file/82805/.

3. Онлайн-Бібліотека URL:http: //imanbooks. com/

4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського. URL: http:// www/nbuv.gov.ua

5. Державна служба статистики. URL: http://www ukrstat.gov.ua