



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти – бакалавр
Рік навчання: 3, Семестр: 6
Кількість кредитів: 3
Мова викладання: українська
Підсумковий контроль: диференційований залік
Форма проведення занять: лекції, семінарські заняття

Назва курсу	Маркетинг
Викладачі	Слюсарева Людмила Валеріївна
Електронна версія курсу	https://moodle.nusta.edu.ua/course/view.php?id=611

Коротка анотація до курсу: Дисципліна «Маркетинг» спрямована на оволодіння здобувачами вищої освіти системою знань і розумінням концептуальних основ маркетингу послуг та надання вмінь і навичок організації ефективної маркетингової діяльності підприємств.

1. Схема дисципліни

№ з/п	Тема
Тема 1	Теоретичні основи маркетингу
Тема 2	Основні інструменти маркетингу: складові маркетингового комплексу
Тема 3	Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика
Тема 4	Маркетингові дослідження ринку
Тема 5	Маркетингова товарна політика підприємства
Тема 6	Маркетингова цінова політика підприємства
Тема 7	Маркетингова політика розподілу
Тема 8	Маркетингова політика комунікацій
Тема 9	Маркетингова стратегія та маркетинговий план

2. Формат курсу:

Очний
Змішаний

3. Компетентності, які мають бути сформовані у результаті опанування навчальної дисципліни: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями; навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність визначати перспективи розвитку організації; здатність обирати і використовувати сучасний інструментарій менеджменту; здатність планувати діяльність організації та управляти часом; здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

4. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні вміти: демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень; виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень; застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

5. Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	20
Семинарські / практичні / індивідуальні заняття	18
Самостійна робота	52

6. Технічне й програмне забезпечення /обладнання. У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з викладачем з приводу проведення занять та консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу Internet), доступ до платформи MOODLE, та оргтехніку для комунікації з викладачем та підготовки (друку) рефератів, проектів та інших письмових робіт.

Неформальна освіта: передбачена (оцінюється індивідуальна робота за результатами надання сертифікату обсягом 30 годин (1 кредит ECTS) або більше; оцінюється робота за результатами надання сертифікату за темою семінарського заняття).

7. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (половина балів з максимально можливих). Перескладання модулів відбувається із дозволу дирекції ННІ / Факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та диференційованого заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

8. Рекомендована література

Основна:

1. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
2. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни "Маркетинг". "Комплексне дослідження ринку": для здобувачів освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. 57 с.
3. Косенко О.П. Самомаркетинг як інноваційний метод дослідження ринку праці / А. В. Косенко, О. П. Косенко // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. No 3. С. 32-35. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66940>
4. Косенко О.П. Товарна та цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) /О.П.Косенко, П.Г.Перерва, та ін. // Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2021. No 3. С. 43-48 <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56984>

Допоміжна:

1. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Буднікевич І.М. Маркетинг для бакалаврів : робочий зошит / уклад. І. Буднікевич, В. Вардеанян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, О. Бурдяк, Є. Венгер, І. Зрибнєва; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Вид. 2-ге, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2020. 216 с.
4. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

Інформаційні ресурси Інтернет:

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Українська асоціація маркетингу URL: www.uam.com.ua.
3. Закон України «Про інформацію». URL: rada.gov.ua
4. Закон України «Про рекламу». URL: rada.gov.ua
5. Маркетингові дослідження URL: www.marketing-research.in.ua.
6. Сутність маркетингових досліджень – Дистанційний посібник Тараса Григорчука URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-2/1-sutnist-struktura-j-osnovnina-pramki-marketingovih-doslidzen>

Міжнародні видання:

1. Kartajaya H., Setiawan I, Kotler P. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. John Wiley & Sons, LTD, 2021. 224 p.
2. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. John Wiley & Sons Inc, 2023. 248 p.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.