

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг»

| 1. Загальна інформація про навчальну дисципліну | |
|--|--|
| Спеціальність | Н1 «Агрономія» |
| Освітньо-професійна програма | Агрономія |
| Рівень вищої освіти | перший (бакалаврський) |
| Повна офіційна назва закладу вищої освіти | Заклад вищої освіти «Подільський державний університет» |
| Факультет (Інститут) | Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів |
| Кафедра | Кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування |
| Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години | 3 кредити ЄКТС / 90 год. |
| Мова викладання | Українською мовою |
| Інформація про викладача дисципліни | Волощук Віталій Ростиславович, доктор економічних наук, доцент https://www.pdatu.edu.ua/pro-universytet/kafedra-menedzhmentu-publichnogo-upravlinnya-ta-administruvannya.html Електронна пошта: voloshchukv@pdatu.edu.ua Номер телефону: +38(067)3825474 |
| 2. Місце навчальної дисципліни в освітній програмі | |
| Статус дисципліни | Вибіркова |
| Передумови для вивчення дисципліни | Вивчення дисципліни «Маркетинг» ґрунтується на досягнутих здобувачами компетентностях з дисциплін «Вступ до фаху», «Інформаційні технології», «Економіка». |
| Політика дисципліни | Академічна доброчесність. Відповідно до принципів академічної доброчесності та нормативних документів ЗВО «ПДУ» щодо політики академічної доброчесності, очікується, що роботи здобувачів будуть їх оригінальними дослідженнями та міркуваннями. Здобувачі відповідально відноситимуться щодо дотримання норм законодавства про авторське право, вказуватимуть посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей, уникатимуть фальсифікації або фабрикації інформації. Дотримуватимуться усіх зобов'язань відповідно до укладеної декларації про дотримання академічної доброчесності http://surl.li/noftg , http://surl.li/foccn Відвідування занять. Обов'язковим є відвідування усіх видів занять. За об'єктивних причин (хвороба, карантин, індивідуальний графік, тощо) навчання може проходити в он-лайн форматі. Здобувачі обов'язково мають дотримуватись строків визначених для |

| | |
|---|--|
| | <p>виконання усіх видів письмових робіт що передбачені під час вивчення дисципліни.</p> <p>Визнання результатів попереднього навчання. У випадку, якщо здобувач освіти отримав знання у неформальній та інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих шляхом неформальної та/або інформальної освіти http://surl.li/fobze. Зокрема, якщо їх тематика відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю). В неформальній освіті:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закінчення професійних курсів, семінарів або тренінгів, тематика яких відповідає змісту освітнього компоненту (окремій темі або змістовому модулю). <p>В інформальній освіті:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наявність наукової публікації; - волонтерська діяльність. <p>Перезарахування результатів навчання отриманих під час здобуття попередньої освіти здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Закладі вищої освіти «Подільський державний університет»</p> |
| 3. Мета навчальної дисципліни | |
| <p>Метою дисципліни є формування у студентів сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері маркетингу, вироблення вмінь та навичок здійснення управлінських функцій на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства, впровадження і використання маркетингу в підприємствах з урахуванням їх особливостей та оцінки ризиків маркетингової діяльності.</p> | |
| 4. Зміст навчальної дисципліни | |
| Тема 1. Сутність маркетингу та еволюція його концепцій | |
| Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система | |
| Тема 3. Маркетингові дослідження та інформаційна система | |
| Тема 4. Поведінка споживачів та сегментування ринку | |
| Тема 5. Маркетинг-мікс: управління елементами комплексу маркетингу | |
| Тема 6. Управління маркетинговою діяльністю та стратегічне планування | |
| Тема 7. Етика, соціальна відповідальність та цифрові інструменти маркетингу | |
| 5. Очікувані результати навчання навчальної дисципліни | |
| Після успішного вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти зможе: | |
| <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основні теоретичні концепції та категорії маркетингу; • принципи формування маркетингової стратегії та політики підприємства; • методи і технології маркетингових досліджень ринку, поведінки споживачів та конкурентів; • сучасні інструменти цифрового маркетингу та комунікацій; • підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. <p>Вміти:</p> | |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • здійснювати аналіз ринкового середовища, конкурентів та цільових сегментів; • формувати та обґрунтовувати маркетингові стратегії і тактичні програми; • застосовувати методи маркетингових досліджень для вирішення управлінських завдань; • використовувати цифрові інструменти для просування товарів і послуг; • оцінювати результати маркетингової діяльності та розробляти рекомендації щодо її вдосконалення; • презентувати результати маркетингових досліджень та аргументувати запропоновані рішення. | |
| 6. Види навчальних занять | |
| Видами навчальних занять при вивченні дисципліни є лекції (Л), практичні заняття (ПЗ), самостійна робота (СР). | |
| 7. Методи навчання | |
| Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда проблемно-пошукового характеру, діалог); наочні методи (пояснювально-ілюстративний), практичні методи (робота з навчально-методичною літературою, проєктування педагогічної технології, виконання практичних завдань самостійної роботи); методи формування пізнавальних інтересів (створення ситуації інтересу, навчальні дискусії; метод використання життєвого досвіду, проєктування професійних ситуацій); методи стимулювання, мотивації й обов'язку (роз'яснення мети навчального предмета, висування вимог до вивчення предмета, оперативний контроль); комп'ютерні і мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання). | |
| 8. Методи та критерії оцінювання | |
| 8.1 Критерії оцінювання | |
| <p>В освітньому процесі Університету використовуються такі види контролю: поточний, семестровий (підсумковий) та підсумкова атестація здобувачів вищої освіти. Оцінювання здобувачів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять і має на меті перевірку рівня засвоєння здобувачів освіти навчального матеріалу. Форма проведення поточного контролю визначаються з урахуванням змісту накопичувальної системи оцінювання.</p> <p>У межах поточного контролю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів. Розподіл балів, які можуть набрати здобувачі, зазначені у відповідній робочій програмі.</p> <p>Сума балів за поточний контроль складається із балів, отриманих за результатами навчання під час лекцій, семінарських (практичних) занять, модульних контрольних та самостійної роботи здобувача вищої освіти.</p> <p>Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни обчислюється шляхом підсумування балів тільки з поточного контролю. Підсумкова оцінка виставляється у відомості обліку успішності, індивідуальному навчальному плані.</p> <p>Оцінювання результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за 100-бальною шкалою. Критерії оцінювання зазначені у робочій програмі навчальної дисципліни. Відповідність семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в Закладі вищої освіти «Подільський державний університет» https://pdatu.edu.ua/images/navchalna-robota/planuvannya-ta-organizaciya/p04062022.pdf?ver=18022201</p> | |
| 8.2 Методи оцінювання | |
| Усні (індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда), письмові (самостійна робота, тести, практичні завдання), комп'ютерні (презентації доповідей, виконання завдань у системі Moodle), самоконтроль, самоаналіз. | |
| 9. Ресурсне забезпечення навчальної дисципліни | |
| Засоби навчання | Навчальний процес потребує наступних засобів навчання: <ul style="list-style-type: none"> - мультимедійне обладнання; - комп'ютерна система та мережа; |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - роздатковий ілюстративний матеріал лекцій; - презентаційний матеріал лекцій; - методичні вказівки. |
| <p>Інформаційне навчально-методичне забезпечення</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Палеха Ю. І., Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: навчальний посібник. – Київ: Ліра-К, 2020. – 336 с. – ISBN 978-966-2609-07-3. 2. Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2008. – 400 с. – ISBN 978-966-364-676-3. 3. Буряк Р. І. та ін. Маркетинг (2-ге вид., перероб. і доп.). – Київ: Центр «КОМПРИНТ», 2023. – 528 с. – ISBN 966-8174-35-6. 4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: підручник. – Львів: Простір-М, 2020. – 420 с. – ISBN 978-617-7746-29-3. 5. Сусліков Л. М., Дьордяй В. С. Маркетинг в телекомунікаціях: навчальний посібник. – Ужгород: Говерла, 2024. – 312 с. – ISBN 978-617-8321-15-4. 6. Косенко О. П. (ред.). Маркетингова діяльність підприємств: підручник. – Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. – 580 с. – ISBN 978-966-8689-63-5. 7. Литвиненко С. Л., Трегубов О. С., Войцеховський В. С., Семенда О. В., Попова Ю. М., Кайдакова Т. В. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник. – Київ: Видавничий дім «Кондор», 2022. – 420 с. – ISBN 978-617-8052-77-5. 8. Інформаційні ресурси 9. Інформаційні ресурси в Інтернеті 10. Державна служба статистики України: https://www.ukrstat.gov.ua/ 11. Бібліотека ім. Вернадського : http://www.nbu.gov.ua/ 12. Національна академія аграрних наук України. http://naas.gov.ua/ 13. Міністерство економіки України: https://me.gov.ua/ 14. Офіційний вебпортал парламенту України: https://zakon.rada.gov.ua/laws 15. Центр освітніх ініціатив: http://www.osvita.org |