

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
 ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ФАХОВИЙ ПЕРЕДВИЩИЙ  
 КОЛЕДЖ «ОПТИМА»

	<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ</b> <b>«МАРКЕТИНГ»</b>
<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Освітня програма, галузь, спеціальність</b>	ОПП « Маркетинг» Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 « Маркетинг»
<b>Освітньо-професійний ступінь</b>	Фаховий молодший бакалавр
<b>Статус дисципліни (обов'язкова / вибіркова)</b>	Навчальна дисципліна <b>обов'язкова</b>
<b>Курс</b>	3
<b>Семестр</b>	5-6
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4 кредити ЄКТС/ 120 год
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>2. Коротка анотація до курсу</b>	
<b>Предмет вивчення</b>	Процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.
<b>Мета вивчення</b>	Метою навчальної дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок з організації, проведення і управління маркетинговою діяльністю суб'єктів підприємництва.
<b>Результати навчання</b>	<p><b>РН 1.</b> Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p><b>РН 3.</b> Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p><b>РН 4.</b> Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p><b>РН 6.</b> Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>РН 7.</b> Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p><b>РН 9.</b> Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p><b>РН 10.</b> Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.</p> <p><b>РН 11.</b> Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>РН 12.</b> Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p><b>РН 13.</b> Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.</p>
<b>Компетентності</b> (як можна користуватися набутими знаннями і уміннями)	<p><b>ЗК 4.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p><b>ЗК 5.</b> Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p><b>ЗК 7.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою</p> <p><b>СК 3.</b> Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p><b>СК 4.</b> Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p>

	<p><b>СК 5.</b> Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p><b>СК 6.</b> Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p><b>СК 10.</b> Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>
<b>3. Навчальна логістика</b>	
<b>Зміст дисципліни</b> (перелік основних тем)	<p><b>Тема 1.</b> Сутність маркетингу та його сучасна концепція.</p> <p><b>Тема 2.</b> Система та характеристики сучасного маркетингу.</p> <p><b>Тема 3.</b> Маркетингова інформація та маркетингові дослідження.</p> <p><b>Тема 4.</b> Сегментація ринку і позиціонування на ринку.</p> <p><b>Тема 5.</b> Стратегічний маркетинг.</p> <p><b>Тема 6.</b> Маркетингова товарна політика.</p> <p><b>Тема 7.</b> Розробка нових товарів.</p> <p><b>Тема 8.</b> Управління торговими марками.</p> <p><b>Тема 9.</b> Маркетингова цінова політика.</p> <p><b>Тема 10.</b> Методи ціноутворення.</p> <p><b>Тема 11.</b> Маркетингова політика розподілу.</p> <p><b>Тема 12.</b> Управління каналами розподілу.</p> <p><b>Тема 13.</b> Оптова і роздрібна торгівля та інтерактивний маркетинг.</p> <p><b>Тема 14.</b> Мерчандайзинг: основи теорії і практики.</p> <p><b>Тема 15.</b> Маркетингова політика комунікацій.</p> <p><b>Тема 16.</b> Комплекс маркетингових комунікацій.</p> <p><b>Тема 17.</b> Додаткові засоби маркетингових комунікацій.</p> <p><b>Тема 18.</b> Поведінка споживача.</p> <p><b>Тема 19.</b> Споживач на споживчому ринку.</p> <p><b>Тема 20.</b> Споживач на ринку організацій.</p> <p><b>Тема 21.</b> Нейромаркетинг і поведінкова економіка.</p> <p><b>Тема 22.</b> Організація, планування та контроль маркетингової діяльності.</p> <p><b>Тема 23.</b> Соціальна відповідальність та етика маркетингу.</p> <p><b>Тема 24.</b> Актуальні питання сучасного маркетингу.</p>
<b>Види занять</b> (лекції, практичні (семінарські) заняття тощо)	<p>Лекції – 47 год.</p> <p>Практичні роботи – 48 год.</p>
<b>Форма навчання</b>	Очна (дистанційна)
<b>Методи навчання</b>	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: Moodle, Teamse, проблемні та інтерактивні лекції, case-study, вебінари, аудіопрезентації, відеопрезентації, тести.
<b>Пререквізити</b> (знання на яких базується вивчення дисципліни)	«Мікро-, макроекономіка», «Математика», «Статистика», «Економіка підприємства»
<b>Пореквізити</b> (дисципліни в яких будуть використовуватися отримані знання)	«Візуалізація інформації в маркетингу», «Інтернет-маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Міжнародний маркетинг»
<b>Рекомендована література та інтернет-ресурси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг [Електронний ресурс]. За ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.</li> <li>2. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.</li> <li>3. Приходько Д.О. Маркетинг. Навчальний посібник. Харків: ФОП Бровін О.В., 2019. 240 с.</li> <li>4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.</li> </ol>
<b>Форма семестрового контролю</b> (залік / екзамен)	Екзамен
<b>Система оцінювання набутих здобувачем знань та вмінь</b>	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою ЄКТС
<b>4. Політика курсу</b>	
<b>Щодо дедалайнів</b>	- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений

	<p>термін;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу;</li> <li>- ліквідація заборгованості відбувається протягом 2 тижнів після встановленого терміну;</li> <li>- здобувачі освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свій рейтинг за встановленим графіком.</li> </ul>
<b>Щодо академічної доброчесності</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- списування заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів);</li> <li>- під час роботи над завданнями, користуючись Інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації студент зобов'язаний вказати джерело, використане під час виконання завдання;</li> <li>- у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання, які передбачені даним курсом.</li> </ul>
<b>5. Інформація про викладачів</b>	
<b>Циклова комісія</b>	Циклова комісія економічних дисциплін
<b>Викладач</b>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div> <p><b>ПІБ викладача:</b> <i>Веснеріс Світлана Зієдонісівна</i></p> <p><b>Посада:</b> <i>викладач</i></p> <p><b>Категорія:</b> <i>вища</i></p> <p><b>Науковий ступінь (вчене звання):</b> <i>к.е.н, доцент</i></p> <p><b>E-mail:</b> <i>svkonotop2015@ukr.net</i></p> </div> </div>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс