



Силабус курсу МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма «Фінанси»

Рік навчання: III, Семестр: V

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. Хрупович Світлана Євгенівна

Контактна інформація

skhrupovych@gmail.com, +380974668395

Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетинг” знайомить студентів із офлайнними та онлайнними інструментами впливу на споживача та засобами для досягнення цілей по кожному конкретному ринку і його сегментах з найвищою економічною ефективністю. Метою викладання даної дисципліни є формування системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції, а також засвоєння студентами теорії і практики здійснення маркетингової політики фірм у сфері планування товарного асортименту, ціноутворення, збуту товарів і послуг, реклами, просування товарів, а також організації управління маркетингом.

Структура курсу

Години (лекц. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення	Ознайомитися із суттю та причинами розвитку маркетингу. Знати основні поняття маркетингу, основні принципи, концепції. Застосовувати нормативну базу маркетингової діяльності в Україні. Володіти практикою використання сучасних тенденцій розвитку маркетингу.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	2. Функції, види і комплекс маркетингу.	Вивчити функції маркетингу. Знати види маркетингу. Ознайомитися із комплексом маркетингу.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	3. Маркетингове середовище фірми.	Вміти досліджувати маркетингове середовище фірми. Володіти методикою дослідження макромаркетингового середовища фірми та мікромаркетингового середовища фірми. Вивчити елементи внутрішнього маркетингового	Опитування, тести, практичні завдання, кейси

		середовища фірми.	
2 / 2	4. Маркетингові дослідження.	Ознайомитися із поняттями та напрямками маркетингового дослідження. Вивчити види маркетингової інформації. Оволодіти методами проведення маркетингових досліджень. Вивчити процес маркетингового дослідження. Вміти розраховувати основні показники кон'юнктури ринку.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
2 / 2	5. Сегментування ринку і позиціонування.	Ознайомитися із поняттями сегментування ринку, його значенням для пошукового маркетингу. Вивчити процес сегментування ринку. Практикуватися у виборі цільових сегментів ринку. Вивчити методику позиціонування товару і фірм на ринку.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
2 / 2	6. Поведінка споживачів на різних типах ринку	Ознайомитися із методами дослідження поведінки споживачів. Вивчити поведінку на споживчому ринку та на ринку підприємств.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
2 / 2	7. Товарна політика.	Ознайомитися із поняттям товарної політики, виявити проблеми її формування. Вивчити характеристики товару, його рівні. Аналізувати асортимент і номенклатуру товарів. Ознайомитися із поняттям марки і упаковки товару. Вивчити життєвий цикл товару. Навчитись розробляти нові товари в комплексі товарної політики.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
2 / 2	8. Маркетингова цінова політика.	Ознайомитися із сутністю та цілями цінової політики в системі маркетингу підприємства. Вивчити методику розрахунку ціни. Характеризувати маркетингові цінові стратегії. Ознайомитися із державною політикою регулювання цін.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
2 / 2	9. Політика розподілу.	Ознайомитися із сутністю, метою і завданнями політики розподілу. Вивчити канали розподілу, його рівні. Практикувати у виборі торговельного посередника. Ознайомитися із принципами функціонування збутової логістики.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
2 / 2	10. Маркетингова комунікаційна політика	Ознайомитися із поняттям маркетингова політика комунікацій. Вивчити теоретико - прикладну роль реклами, стимулювання збуту. Аналізувати зв'язки з громадськістю. Вміти використовувати директ-маркетинг та особистий продаж.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>

2 / 2	11. Нейромаркетинг.	Ознайомитися із суттю та поняттям нейромаркетингу. Вивчити основні види нейромаркетингу. Практикуватися у мерчандайзингу, вміти виявляти вплив на споживача за допомогою кольору. Знати принципи використання аромаркетингу та аудіомаркетингу	Опитування, тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	12. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії.	Вивчити процес стратегічного маркетингового планування. Ознайомитися із видами маркетингових стратегій.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі
2 / 2	13. Організація та контроль маркетингової діяльності.	Ознайомитися із принципами організації служби маркетингу на підприємстві. Вміти використовувати функцію контролю маркетингової діяльності.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси
2 / 2	14. Інтернет-маркетинг	Ознайомитися із сутністю Інтернет-маркетингу. Вивчити як працює маркетинг у соціальних мережах, SEO: внутрішня оптимізація та SEO: зовнішня оптимізація. Навчитись вимірювати ефективність Інтернет-маркетингу.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі

Літературні джерела

1. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. Олексій Сіпігін. Київ: Альпіна Паблішер, 2021. 251 с.
2. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. / Олег Кузик. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 337 с.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
4. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. 457 с.
5. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Попової ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. - Харків : Факт, 2020. 314 с.
6. Міжнародний маркетинг: підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 448 с.
7. Молчанова Ю. В. Маркетингові комунікації: навч. посіб. Одеса : ОДАБА, 2019. 199 с.
8. Окландер М. А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Одес. нац. політехн. ун-т. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 283 с.
9. Олексенко Л. В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Ліра-К, 2018. 467 с.
10. Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42341>
11. Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Для виконання усіх видів завдань студентами і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів проводиться в установленому порядку.
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів

заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації

- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4	Разом
20%	20%	20%	40%	100%
1) Опитування під час занять (теми 1-6 по 5 балів) – тах 30 балів 2) Письмова робота – тах 70 балів.	1) Опитування під час занять (теми 7-14 по 5 балів) – тах 40 балів 2) Письмова робота – тах 60 балів.	1) Написання та захист КПІЗ – тах 80 балів/ 2) Виконання завдань під час тренінгу – тах 20 балів/	1) Тестові завдання. (10 тестів по 3 бали) – тах 30 балів/ 2) Задача – тах 30 балів. 3) Виконання ситуаційного завдання – тах 40 балів.	100

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом