



## Силабус курсу **МАРКЕТИНГ**

Ступінь вищої освіти – бакалавр  
Освітньо-професійна програма «Облік і оподаткування»

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

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	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. Функції, види і комплекс маркетингу.	Вивчити функції маркетингу. Знати види маркетингу. Ознайомитися із комплексом маркетингу.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси
3	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.	
4	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>
5	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 методіку позиціонування товару і фірм на ринку.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси</i>
6	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>
7	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>
8	8. Маркетингова цінова політика.	Ознайомитися із сутністю та цілями цінової політики в системі маркетингу підприємства. Вивчити методіку розрахунку ціни. Характеризувати маркетингові цінові стратегії. Ознайомитися із державною політикою регулювання цін.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
9	9. Політика розподілу.	Ознайомитися із сутністю, метою і завданнями політики розподілу. Вивчити канали розподілу, його рівні. Практикувати у виборі торгівельного посередника. Ознайомитися із принципами функціонування збутової логістики.	<i>Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі</i>
10	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>

11	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
12	12. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії.	Вивчити процес стратегічного маркетингового планування. Ознайомитися із видами маркетингових стратегій.	Опитування, тести, практичні завдання, кейси, задачі
13	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
14	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 Сіпінгін. 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 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	Разом
30%	40%	30%	100%
1) Опитування під час занять (теми 1- 6 по 5 балів) - тах30 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 тазахист КПІЗ - тах 80 балів/ 2) Виконання завдань під частренінгу - тах20 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