



Міністерство освіти і науки України
Український державний університет
імені Михайла Драгоманова
Навчально-науковий інститут публічного
управління та адміністрування

Кафедра професійної підготовки, документознавства та публічного управління

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПП2.05 Маркетинг

(назва дисципліни, шифр за навчальним планом)

освітньої програми Професійна освіта (Економіка)

(назва)

галузі знань 01 Освіта/Педагогіка

(шифр і назва галузі знань)

спеціальності 015 Професійна освіта

(код і назва спеціальності)

освітнього рівня бакалавр

(бакалавр/магістр)

I. Опис дисципліни

Навчальне навантаження з дисципліни	Методи навчання і форми контролю дисципліни
Кількість кредитів – 6	<i>Методи навчання:</i> лекції (з презентаціями); інтерактивні методи (мозковий штурм, дискусія), активні методи (метод моделювання конкретних ситуацій), практичні вправи, проблемно-пошукові методи, метод тестування.
Загальна кількість годин - 180	
<i>Денна</i>	
Лекції	
42	
Практичні заняття:	<i>Види контролю:</i> поточний, модульний. <i>Форми контролю:</i> усне та письмове опитування. Поточний контроль: оцінювання на практичних заняттях, тестові завдання, виконання індивідуальних завдань, модульний контроль. Підсумковий контроль: екзамен у V семестрі
42	
Лабораторні заняття:	
-	
Самостійна робота:	
96	
Співвідношення аудиторних годин і годин СРС: 84/96	
Тижневе навантаження (год): -аудиторне – 3 год.; -самостійна робота – 6,5 год.	
Мова навчання: українська	

Міждисциплінарні зв'язки: «Економічна теорія», «Макро- та мікроекономіка», «Менеджмент», «Мотивація та оцінка персоналу».

Метою викладання навчальної дисципліни є вивчення особливостей розвитку комплексу маркетингу; надання теоретичних та практичних знань щодо використання функціональних інструментів маркетингу у сфері діяльності фахівців професійної освіти; формування у студентів маркетингового мислення.

Основними завданнями є освоєння майбутніми педагогами професійного навчання основних термінів і понять з основ маркетингу; вивчення принципів, функцій та методів маркетингу для проведення комплексного аналізу ринку; оволодіння технологією організації та здійснення маркетингових досліджень товарів; набуття практичних навичок з розробки

комплексу маркетингових заходів в межах товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик організації; формування уявлення про роль інтернет маркетингу та вивчення його основних сучасних елементів; розвиток аналітичних, комунікаційних та творчих здібностей майбутніх педагогів професійного навчання.

II. Основні результати навчання та компетентності, які вони формують:

Програмні результати	Компетентності
<p>ПР02. Володіти інформацією чинних нормативно-правових документів, законодавства, галузевих стандартів професійної діяльності в установах, на виробництвах, організаціях галузі/сфери (відповідно до спеціалізації)</p> <p>ПР07. Аналізувати та оцінювати ризики, проблеми у професійній діяльності й обирати ефективні шляхи їх вирішення.</p> <p>ПР10. Знати основи психології, педагогіки, а також фундаментальних і прикладних наук (відповідно до спеціалізації) на рівні, необхідному для досягнення інших результатів навчання, передбачених цим стандартом та освітньою програмою.</p> <p>ПР18. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі, пов'язані з вибором матеріалів, виконанням необхідних розрахунків, конструюванням, проектуванням технічних об'єктів у предметній галузі (відповідно до спеціалізації).</p> <p>ПР 21. Застосовувати міжнародні та національні стандарти і практики в професійній діяльності.</p> <p>ПР 25. Забезпечувати рівні можливості і дотримуватися принципів гендерного паритету у професійній діяльності.</p>	<p>ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК09. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.</p> <p>ЗК10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ФК13. Здатність управляти комплексними діями / проектами, відповідати за прийняття рішень у непередбачуваних умовах та професійний розвиток здобувачів освіти і підлеглих.</p> <p>ФК14. Здатність збирати, аналізувати та інтерпретувати інформацію (дані) відповідно до спеціалізації.</p>

III. Зміст навчальної дисципліни за модулями і темами:

Змістовний модуль I. Маркетинг як сучасна концепція ринкового господарства

Тема 1.1. Суть та основні поняття маркетингу. Маркетингове середовище

Тема 1.2. Ринки споживчих товарів та товарів виробничого призначення

Тема 1.3. Комплексний аналіз ринку. Маркетингові дослідження

Змістовний модуль II. Поняття комплексу маркетингу

Тема 2.4. Маркетингова товарна політика

Тема 2.5. Маркетингова цінова політика

Тема 2.6. Маркетингова політика продажу

Тема 2.7. Маркетингова політика комунікацій. Інтернет маркетинг

Тема 2.8. Організація та контроль маркетингової діяльності

IV. Завдання до самостійної роботи студентів та форми контролю за їх виконанням

Номер з/п	Назви модулів і тем	Зміст завдань до СРС	Форми виконання/звітності

1.	Тема 1.1. Суть та основні поняття маркетингу. Маркетингове середовище	Дослідити виникнення та історію розвитку маркетингу, його роль у сучасній економіці. Розглянути сучасні трансформації комплексу маркетингу: «6Р», «7Р», «9Р». Ознайомитися з нормативно-правовою базою маркетингової діяльності в Україні. Ознайомитися з маркетинговим мікро-та макросередовищем. Дослідити особливості структуризації факторів зовнішнього середовища та їх вплив на діяльність підприємств.	Доповідь Реферат Розв'язання тестів
2.	Тема 1.2. Ринки споживчих товарів та товарів виробничого призначення	Розглянути процес мотивації та теорії мотивації. Дослідити ринки некомерційних організацій та державних установ.	Доповідь
3.	Тема 1.3. Комплексний аналіз ринку. Маркетингові дослідження	Дослідити поняття, визначення та категорії конкуренції. Види конкуренції. Цінова та нецінова конкуренції. Методи недобросовісної конкуренції. Модель п'яти сил конкуренції. Маркетингові дослідження конкурентного середовища. Розглянути класифікацію конкурентів за типом стратегій, що застосовуються. Аналіз конкурентів за схемою дослідження М. Портера. Дослідження реакції конкурентів на зміни ринкового середовища. Вивчити особливості сегментації ринку та позиціонування товару. Розглянути чинники сегментування споживчого і промислового ринку; альтернативні стратегії для вибору цільових ринкових сегментів; критерії, що вибираються для оцінювання цільового сегменту ринку.	Доповідь Реферат Розв'язання тестів Індивідуальний дослідницький проект
4.	Тема 2.4. Маркетингова товарна політика	Розглянути основні ризики, що пов'язані з розробкою товарів. Дослідити поняття якості, показника якості та сертифікації продукції. Розкрити поняття конкурентоспроможності товару та розглянути фактори, що впливають на неї. Вивчити параметри конкурентоспроможності товару. Розкрити поняття бренду, види брендів та торгових марок. Ознайомитися з роллю марки та упакування в товарній політиці.	Доповідь Індивідуальний дослідницький проект
5.	Тема 2.5. Маркетингова цінова політика	Розглянути цілі і типові ситуації ціноутворення. Чинники ціноутворення. Дослідити підходи до проблеми ціноутворення; проблеми ініціативної зміни цін та відповідну реакцію споживачів та конкурентів. Проаналізувати цінові стратегії.	Доповідь Індивідуальний дослідницький проект
6.	Тема 2.6. Маркетингова політика продажу	Дослідити формування дистрибуційних каналів. Розкрити форми організації оптової торгівлі та форми і види роздрібною торгівлі. Ознайомитися з управлінням каналами збуту. Розкрити політику стимулювання збуту. Ознайомитися з розробкою програми стимулювання збуту.	Доповідь Індивідуальний дослідницький проект
7.	Тема 2.7. Маркетингова політика комунікацій. Інтернет маркетинг	Виокремити види маркетингових комунікацій: переваги і недоліки, канали поширення реклами. Розглянути персональний продаж та його суб'єкти. Прямий маркетинг та його основні інструменти. Робота з клієнтами. Дослідити основні поняття електронного бізнесу. Розкрити електронну комерцію як одна із складових електронного бізнесу.	Доповідь Індивідуальний дослідницький проект
8.	Тема 2.8. Організація та контроль маркетингової діяльності	Організація маркетингової діяльності на підприємствах. Програма маркетингу. Бюджет маркетингу. Розкрити організацію структурної служби маркетингу. З'ясувати суть поняття «маркетинг взаємовідносин», «внутрішній маркетинг». Дослідити систему контролю маркетингової діяльності на підприємствах.	Доповідь

V. Контроль якості знань студентів

Види контролю: поточний, модульний, підсумковий.

Поточний контроль: оцінювання на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, індивідуально-дослідницькі завдання (наукові доповіді, статті, есе, реферати або презентації, індивідуальний дослідницький проект); тестування.

Підсумковий контроль: екзамен у V семестрі.

VI. Інформаційні джерела для вивчення курсу

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. Вид. 3-тє, перероб. і допов. Київ : КНЕУ, 2015. 543 с.
2. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Б 75 Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Маркетинг. К. : Вид. «Діалектика», 2020. 880 с.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : Олді-Плюс, 2015. 324 с.
6. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник /3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів, 2020. 347 с.
8. Череп А. В., Богма О. С., Череп О. Г. Маркетинг : навчальний посібник. К. : Кондор-Видавництво, 2013. 226 с.

VII. Інформація про викладача (ів)

Викладачі
Ляшенко Марина Юріївна кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри професійної підготовки, документознавства та публічного управління
https://kppdpu.nnipua.edu.ua/kolektyv-kafedry/vykladachi
m.y.liashenko@udu.edu.ua