



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (9 кредитів)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Освітньо-професійна програма | Маркетинг |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Галузь знань | 07 «Управління та адміністрування» |
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) |
| Мова навчання | українська |
| Профайл викладача | Крупенна Інга Анатолівна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/krupenna-inha-anatoliivna/ |
| Контактний тел. | +38 0372509465 |
| E-mail: | i.krupenna@chnu.edu.ua |
| Сторінка курсу в Moodle | https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1971 |
| Консультації | Вівторок 12:30 -14:30 Четвер 8:40 - 9:40 |

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг» є обов'язковою дисципліною для студентів першого бакалаврського рівня вищої освіти, спеціальності 075-Маркетинг, галузі знань 07-Управління та адміністрування.

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг»: формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічний аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах; формування у студентів розуміння маркетингу як філософії, стратегії та тактики учасників ринкових відносин (виробників, посередників та споживачів), що орієнтується на ефективне задоволення потреб споживачів та реалізацію інтересів бізнесу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

| |
|---|
| Тема 1. Вступ до маркетингу |
| Тема 2. Характеристики маркетингу та класифікація його видів |
| Тема 3. Маркетингове середовище |
| Тема 4. Маркетингова інформація та маркетингові дослідження |

| |
|--|
| Тема 5. Маркетингова товарна політика |
| Тема 6. Маркетингова цінова політика |
| Тема 7. Маркетингова політика розподілу |
| Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика |
| Тема 9. Споживач у системі маркетингу |
| Тема 10. Управління маркетинговою діяльністю |
| Тема 11. Організація маркетингової діяльності |
| Тема 12. Стратегічний та тактичний маркетинг |
| Тема 13. Концепція холістичного маркетингу |
| Тема 14. Соціально-етичний маркетинг та сталий розвиток |
| Тема 15. Маркетинг взаємовідносин |
| Тема 16. Сучасні інструменти маркетингу |

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .
МН3 – ділові гри;
МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти);
МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).
МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.
МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.
МН 8 – підготовка тез/доповіді на конференцію.
МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.
МН10 – реферативні та пошукові дослідження.
МН13 – вивчення вітчизняних практик
МН 14 – інтеграція міжнародних практик

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

- МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.
МО3 – аналітичні звіти, реферати.
МО4 – презентації результатів виконання завдань.
МО5 – презентація творчих завдань
МО6 – командні результати ділових ігор.
МО7 – командні результати проектних завдань.
МО9 – підсумковий контроль – залік / екзамен у тестовій формі.

Підсумковий контроль – залік / іспит у тестовій формі

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwwg/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023_plusdodatky-31102023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Асоціація рітейлерів України. URL: <https://rau.ua/>
2. Державний комітет статистики України URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Українська асоціація маркетингу URL: <http://uam.in.ua/>
4. Маркетинг та реклама URL: <https://www.mr.com.ua/>
5. Маркетинг в Україні URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
6. MMR (Marketing Media Review) URL: <https://mmr.ua/>.
7. WebPro Experts. Академія Інтернет-Маркетингу #1 URL: <https://webpromoexperts.com.ua/>
8. Офіційний сайт Американської асоціації маркетингу URL: <https://www.ama.org>
9. Ресурси для дослідження Інтернет маркетингу: Google Analytics; Google Webmasters; Key Collector; Key Word Planner Google; ADVSE; Changedetect
10. Офіційний сайт компанії Nielsen URL: <https://www.nielsen.com>
11. Офіційний сайт компанії GfK Ukraine URL: <http://www.gfk.ua/>
12. CASES – фахова соцмережа для креативних індустрій. URL: <https://cases.media/business>
13. Inbound Certification Course – безкоштовний курс від HubSpot Academy, який покриває основи inbound-маркетингу: SEO, блогінг, email, SMM. URL: <https://academy.hubspot.com/courses/inbound>
14. Analytics Academy – безкоштовні онлайн курси по вивченню інструментів Google для збору та аналізу даних. URL: <https://analytics.google.com/analytics/academy/>

Детальна інформація щодо вивчення курсу

«МАРКЕТИНГ»

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1xeX03wQceVkl_BVcUqS9e_bRm9wonSt