



Силабус курсу МАРКЕТИНГ

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма «Митна та податкова справа»

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 |