

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 12. ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Освітня програма: Маркетинг

Спеціальність: 075 Маркетинг

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №1 від «01» жовтня 2023 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг
Викладач (і)	Гречаник Наталія Юріївна - кандидат економічних наук, доцент
Контактний телефон викладача	050 538 8599
E-mail викладача	nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/view/5355
Консультації	Графік консультацій – Кафедра менеджменту і маркетингу (pnu.edu.ua)

2. Анотація до навчальної дисципліни

Дисципліни "Вступ до спеціальності" має за мету ознайомлення студентів з характером та основними особливостями їх майбутньої спеціальності, теоретичним та практичним змістом навчального процесу, формами та методами самостійної роботи студентів, з рекомендаціями по роботі з економічною науково-технічною інформацією та книгами, а також надати базові знання з маркетингу в загальній системі управління.

Завдання курсу:

- формування комплексної системи знань та уявлень про процес і організацію особистісно-орієнтованого навчання;
- знайомство з основними педагогічними методами і прийомами навчання, формами проведення занять;
- формування позитивної установки щодо навчання;
- розвиток професійної свідомості і орієнтації майбутніх фахівців;
- набуття вмінь використовувати отримані знання у вирішенні освітніх та виховних завдань навчально-виховного процесу;
- ознайомлення з основними принципами, етапами, провідними напрямками, проблемами розвитку майбутньої спеціальності;
- розробка та формування професійних характеристик;
- ознайомлення з основоположними принципами, формами самостійної роботи студентів, різновидами науково-дослідної роботи, методикою виконання наукових робіт, основними прийомами та методами наукових досліджень;
- основним змістом маркетингу в сучасному глобалізованому світі;
- основними аспектами маркетингу, маркетингової діяльності та формування розуміння змісту обраної спеціальності

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою вивчення курсу "Вступ до спеціальності" є отримання студентами знань, які необхідні для виконання ними професійних обов'язків. В процесі навчання студенти ознайомляться з особливостями спеціальності "Маркетинг" кваліфікаційними характеристиками маркетолога, зі змістом структурно-логічною схемою навчанням, з навчальним планом та стандартами освіти з фаху Курс покликаний прищепити любов до майбутньої професії в процесі навчання.

Дисципліна "Вступ до спеціальності" повинна дати уявлення про характер та зміст роботи маркетолога, їх роль у вирішенні завдань підвищення ефективності діяльності підприємства чи організації відповідно стану економіки України та глобальних викликів сучасності.

4. Програмні компетентності та результати навчання

ПК. . Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 180 год (6 кредитів)	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	28
практичні	32
самостійна робота	120

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибіркового
1	075 Маркетинг	1	Нормативний

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Вища освіта в Україні в контексті Болонського процесу. Державний стандарт вищої освіти в Україні. Освітня програма «Маркетинг» Прикарпатського університету. Студентський путівник та його застосовуваність.	2	2	6
Тема 2. Організація та техніка самостійної роботи студента. Значення економічної інформації та її роль у розвитку економічної науки і практики, економічної культури виробництва та суспільства. Проблеми інформації. Бібліотековедення та бібліографія. Джерела інформації. Бібліотека вузу: книжний фонд, його структура, міжбібліотечний абонемент.	2	2	6
Тема 3. Організація навчального процесу у ЗВО. Особливості формування навчального плану. Типи навчальних занять та види робіт. Виконання контрольних, курсових та кваліфікаційних робіт. Форми контролю. Вибіркові компоненти. Органи студентського самоврядування. Психологічна допомога та інклюзивність. Права та обов'язки студентів	4	2	8
Тема 4. Маркетинг як професійна діяльність. Види маркетингу, їх характеристики та прийняття управлінських рішень. Види маркетингу в залежності від стану попиту на ринку, в залежності від сфери використання, в залежності від виду діяльності, в залежності від рівня (масштабу) застосування, в залежності від національної приналежності, в залежності від цілей обміну.	2	2	10
Тема 5. Сутність та зміст маркетингової діяльності в загальній структурі управління . Основна мета маркетингової діяльності підприємства. Аналіз ринкових можливостей підприємства. Сутність розробки та реалізації комплексу маркетингу для підприємства. Розробка маркетингових програм і планів, контроль їх реалізації. Інтегрованість маркетингових планів та цілей організації в загальній структурі управління	2	4	10
Тема 6. Основи ринкової економіки . Економіка та економічні відносини. Валовий суспільний продукт та його структура. Типи економічних систем. Структура, інфраструктура ринку, кон'юнктура ринку. Закони ринкової економіки. Основні категорії економіки. Функції ринку. Види ринку. Ринкова конкуренція	2	4	8

Тема 7. Сутність маркетингу та його основні категорії. Маркетинг: основні поняття, структура, види. Функції маркетингу. Принципи маркетингу.	2	2	8
Тема 8. Концепції маркетингової діяльності та їх еволюція Види концепцій. Приклади практики підприємств вітчизняного та світового досвіду	2	2	8
Тема 9. Система та характеристики маркетингу. Маркетинговий інструментарій. Поняття комплексу маркетингу. Товар. Ціна. Розподіл. Просування	2	2	10
Тема 10. Стратегія і тактика маркетингової діяльності. Основні принципи організації маркетингової діяльності підприємств різних форм власності та галузей діяльності	2	2	8
Тема 11. Глобальні тенденції та їх вплив на діяльність ринків України. Глобалізація. Проблеми глобалізації . Основи сталого розвитку суспільства. Взаємозалежність ринків.	2	2	10
Тема 12 .Самомаркетинг. Мета самомаркетингу. Зосередження уваги на собі, своїх знаннях, вміннях, навичках, особистісних якостях. Презентація себе у суспільстві. Досягнення успіху у всіх сферах життя. Управління собою у складних ситуаціях.	2	2	8
Тема 13. Нейромаркетинг. Нове поле маркетингових досліджень. Сенсорні, когнітивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули.	2	2	6
Тема 14. Маркетинг регіону як фактор розвитку. Підходи до маркетингу регіону. Значення професійних компетенцій ОП «Маркетинг» у розвитку регіональних потреб	2	2	8
Загально	28	32	120

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	
Вимоги до письмових робіт	Контрольна робота виконується письмово, відповідно до сформованих завдань та вимог викладача. Викладач ознайомлює студентів із змістом контрольної роботи та термінами її виконання.
Семінарські заняття	Відвідування занять є обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.

Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю.</p> <p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінки за завдання - «незадовільно», регламентується відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)</p>
Підсумковий контроль	<p>1 семестр – екзамен. Екзамен -50 балів (максимально). Семінарські заняття та контрольні роботи – 50 балів (максимально).</p>

7. Політика навчальної дисципліни

<p>Письмові роботи: виконуються відповідно поставлених завдань самостійно кожним студентом. При виявленні плагіату, одноразових робіт – робота не підлягає оцінюванню і має бути допрацьована у встановлені терміни. Письмові роботи у встановлені терміни, про що завчасно повідомляється у академічній групі.</p> <p>Академічна доброчесність: https://pnu.edu.ua/polozhennia-pro-zapobihannia-plahiatu/</p> <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» ; - Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (редакція 2) <p>За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання</p> <p>Відвідування занять є обов’язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується Положенням про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (із змінами від 6.04.2021) .</p> <p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (із змінами 12.02.2021)</p> <p>Результати неформальної освіти можуть зараховуватися/перезараховуватися за виконання самостійної роботи та накопичення (відпрацювання) балів за відповідну тему навчання, попередньо узгодивши із викладачем курсу</p>
--

8. Рекомендована література

1. Майовець, Є. Маркетинг: теорія та методологія [Текст]: навч. посібник / Євген Майовець. – Львів : ЛНУ, 2015. – 450 с.
 2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко. – 5-те вид., доп. – Київ : Лібра, 2007. – 717 с.
 3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посібник / за ред. Буднікевич І.М. – Рек. МОН. – К. : ЦУЛ, 2013. – 536 с.
 4. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2011. – 488 с.
 5. Плахотнікова Л.О. ПЗ7 Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf
 6. Новітній маркетинг: навч. посіб./ Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанович та ін.; за ред. Є.В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420с.
 7. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015
 8. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL : <http://uam.in.ua>.
- Інтернет ресурси:**
9. Сайт ЗВО «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
<https://pnu.edu.ua>
 10. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>
 11. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.
 12. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua/>
 13. Публікації з менеджменту, економіки, маркетингу.
URL: <http://tourlib.net/management.htm>
 14. Ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій і т.п. URL:

**Гречаник Наталія Юрївна -
кандидат економічних наук, доцент;
доцент кафедри менеджменту і маркетингу**