**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«МАРКЕТИНГ»**

**Компонента освітньої програми** *–* ***вибіркова*** (4 *кредити*)

|  |  |
| --- | --- |
| **Освітньо-професійна програма** | Маркетинг |
| **Спеціальність** | 071 – Облік і оподаткування |
| **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 http://mmix.cv.ua/staff/krupenna-nyemtseva-inga-anatolivna |
| **Контактний тел.** | +38 0372509465 |
| **E-mail:** |  i.krupenna@chnu.edu.ua |
| **Сторінка курсу в Moodle** | hhttps://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=6245 |
| **Консультації** | Вівторок 13:00 -14:00 П’ятниця 12:00 - 13:00 Четвер І тиждень, 11:10 – 12:30 |

# АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«**Маркетинг**» є обов’язковою дисципліною для студентів першого бакалаврського рівня вищої освіти, спеціальності 071 - Облік і оподаткування, 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. Маркетингові дослідження та МІС.**  |
| **Тема 5. Маркетингова товарна політика.** |
| **Тема 6. Маркетингова цінова політика.** |
| **Тема 7. Маркетингова політика розподілу.** |
| **Тема 8. Маркетингова політика комунікацій.** |
| **Тема 9. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.**  |
| **Тема 10. Процес управління маркетингом на підприємстві.** |
| **Тема 11. Організація маркетингової діяльності. Стратегічний та тактичний маркетинг.** |
| **Тема 12. Контроль в маркетингу**  |
| **Тема 13. Особливості маркетингу в галузях і сферах діяльності** |

**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.

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 у тестовій формі.

***Підсумковий контроль*** – залік 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/jxdbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets koho-natsionalnoho-universytetu.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/jxdbs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets%20koho-natsionalnoho-universytetu.pdf) ;
* «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: [https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi at-2023](https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi%20at-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. WepPro 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: Gоogle Analytics; Gоogle 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

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/folders/1B1pUSSFmyizwUHxYYeVfXv5ydQ28aYqA>