



**Приватний вищий навчальний заклад  
«ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І ПІДПРИЄМНИЦТВА»  
Кафедра менеджменту та онтопсихології**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

<b>Назва дисципліни</b>	<b>МАРКЕТИНГ</b>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	073 Менеджмент
<b>Освітня програма</b>	HR-менеджмент
<b>Кафедра, що забезпечує викладання</b>	кафедра менеджменту та онтопсихології
<b>1. Загальний опис навчальної дисципліни</b>	
<b>Курс/семестр</b>	третій/шостий
<b>Обсяг дисципліни</b>	90 годин / 3 кредити ЄКТС, у т.ч.: - лекції – 30 годин; - практичні, семінарські заняття – 16 годин; - самостійна робота – 44 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Методи навчання</b>	українська
<b>Форма підсумкового контролю</b>	поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій на лекціях та практичних заняттях
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	екзамен загальна підсумкова оцінка = поточний (в т.ч. модульний) контроль + складання екзамену; максимальна кількість балів: - за всі види поточного контролю – 100 (здобувач може отримати автоматичну оцінку за екзамен); за складання екзамену – 20
<b>2. Місце навчальної дисципліни в освітньо-професійній програмі</b>	
<b>Мета дисципліни</b>	формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.
<b>Загальні та спеціальні (фахові) компетентності</b>	К 04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. К 08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. К 16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недобросовісності К 18. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. К 33. Здатність здійснювати аналіз проблем розвитку бізнесу з позиції онтопсихології, механізм функціонування ринку праці, планування показників праці та розробляти заходи з регулювання соціально-трудова відносин.
<b>Програмні результати</b>	РН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. РН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

	<p>РН 18. Демонструвати навички логічного та комплексного застосування знань із менеджменту, теорій й методів соціальних та поведінкових наук, онтопсихологічний інструментарій при вирішенні управлінських завдань, розробці й реалізації конкурентної HR-стратегії, враховуючи загальнолюдські цінності, суспільні потреби та інтереси бізнес-структур.</p> <p>РН 20. Демонструвати навички аналізу функціонування ринку праці, планування трудових показників, кадрового адміністрування, створення та реалізації коучингових програм, організації, контролю та оцінки ефективності процесів управління персоналом в бізнес-структурах.</p>
--	--

### 3. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми та модуля	Кількість годин			Форми контролю
	аудиторної роботи		самостійної роботи	
	лекції	практичні, семінарські		
<b>Змістовний модуль 1. Сутність маркетингу, його концепції та маркетингові дослідження ринку</b>	4	2	3	
Тема 1 Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Класифікація маркетингу	4	2	2	Д, ОП
Тема 2 Види маркетингу та його еволюція	4	2	2	Д, ОП
Тема 3 Маркетингове середовище фірми	4	2	2	Д, ОП, СР
Тема 4 Маркетингові дослідження ринку	4	2	2	Д, ОП, ПЗ, СР
Тема 5 Сегментація ринку та позиціонування товарів		1	3	Д, ОП
Тема 6 Модульна контрольна робота 1	4	2	3	МКР
<b>Змістовний модуль 2. Складові комплексу маркетингу</b>				
Тема 7 Маркетингова товарна політика	2	1	4	Д, ОП, ПЗ, СР
Тема 8 Маркетингова цінова політика	2	1	4	Д, ОП, ПЗ, СР
Тема 9 Маркетингова збутова політика	2	1	4	Д, ОП
Тема 10 Маркетингова політика просування	2	1	4	Д, ОП
Тема 11 Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства	2		5	Д, ОП, ПЗ, СР
Модульна контрольна робота 2		1	3	МКР
Підготовка до екзамену			6	ЕР
<b>РАЗОМ</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	<b>44</b>	

Д - доповідь; ОП - опитування; Т- тестування; СР - самостійна робота в т.ч. у СЕЗН; ПЗ - розв'язання задач та практичних ситуацій; МКР – модульна контрольна робота; ЕР – екзаменаційна робота

### 4. Контрольні заходи та політика оцінювання

Розподіл балів за видами контролю та роботи	Вид контролю	Максимальна кількість балів
	<b>1. Поточне оцінювання роботи, всього:</b>	<b>60</b>
	- опитування/тестування, доповідь за 1 змістовним модулем	10

	- розв'язання практичних завдань за 1 змістовним модулем	20	
	- опитування/тестування, доповідь за 2 змістовним модулем	10	
	- розв'язання практичних завдань за 2 змістовним модулем	20	
	<b>2. Модульна робота, всього:</b>	<b>40</b>	
	- контрольна робота за 1 модулем	20	
	- контрольна робота за 2 модулем	20	
	<b>4. Складання екзамену</b>	<b>20</b>	
	<b>Разом</b>	<b>100</b>	
<b>Критерії оцінювання результатів навчання</b>	детально представлено у робочій програмі навчальної дисципліни		
<b>Шкала оцінювання</b>	<b>Шкала Інституту</b>	<b>Шкала ЄКТС</b>	<b>Національна шкала</b>
	90 – 100	A	Відмінно
	82 – 89	B	Добре
	74 – 81	C	
	64 – 73	D	Задовільно
	60 – 63	E	
	35 – 59	FX	Незадовільно
	0 – 34	F	
	затверджена Положенням про організацію освітнього процесу (посилання: <a href="https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/pro_organizacziyu_osvitnogo_proczesu.pdf">https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/pro_organizacziyu_osvitnogo_proczesu.pdf</a> )		
<b>Політика щодо дедлайнів та перекладання:</b>	Всі види контрольних заходів мають бути виконані у встановлені викладачем терміни. Студент, який за результатами поточного контролю, отримав менше 50 балів, не допускається до складання екзамену у період заліково-екзаменаційної сесії. У разі несвоєчасного проходження студентом контрольного заходу без поважної причини оцінка за нього може бути зменшена на 20%.		
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності. При використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. Списування під час підсумкового контрольного заходу заборонені. Під час виконання підсумкових контрольних заходів використання мобільних телефонів та гаджетів заборонено. Детальніше у Кодексі академічної доброчесності за посиланням: <a href="https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/kodeks-vkvdem.-.-dobrochesnosti.pdf">https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/kodeks-vkvdem.-.-dobrochesnosti.pdf</a> та Положенні про запобігання та виявлення академічного плагіату за посиланням: <a href="https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/pro-dobrochesnist.pdf">https://ipp.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/pro-dobrochesnist.pdf</a>		
<b>Політика щодо відвідування занять</b>	Відвідування занять є обов'язковим. Студенти, які за поважних обставин не можуть відвідувати заняття за розкладом, повинні узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять впродовж поточного семестру. За поважних причин (хвороба, стажування тощо) або з причин непереборної сили (природні катаклізми, заходи карантинного порядку та інші форс-мажорні обставини) навчання може відбуватися з використанням технологій дистанційного навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання (детальніше за посиланням: <a href="https://ipp.edu.ua/wp-">https://ipp.edu.ua/wp-</a>		

	<a href="content/uploads/2021/07/pro_zastosuvannya_tehnologij_dystancijnogo_na_vchannya.pdf">content/uploads/2021/07/pro_zastosuvannya_tehnologij_dystancijnogo_na_vchannya.pdf</a> )
<b>5. Рекомендовані джерела та інформаційні ресурси</b>	
<b>Основні джерела</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дергоусова А.О., Сиволовська О.В., Бойко К.Ю. Маркетинг. Конспект лекцій. - Харків: УкрДУЗТ, 2019. – 118 с.</li> <li>2. Коваленко О.І., Гуменюк О.В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / О.І. Коваленко, О.В. Гуменюк. – Львів: Західноукраїнський національний університет, 2021. – 220 с.</li> <li>3. Коваленко О.І., Гуменюк О.В. Маркетинг: навчальний посібник / О.І. Коваленко, О.В. Гуменюк. – Київ: КНЕУ, 2020. – 300 с.</li> <li>4. Петренко І.В., Сидоренко М.О. Основи маркетингу: підручник / І.В. Петренко, М.О. Сидоренко. – Харків: ХНЕУ, 2022. – 280 с.</li> <li>5. Іванова Т.О., Ковальчук О.В. Цифровий маркетинг: підручник / Т.О. Іванова, О.В. Ковальчук. – Одеса: ОНУ, 2021. – 250 с.</li> <li>6. Семенова Л.М., Даниленко В.П. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Л.М. Семенова, В.П. Даниленко. – Львів: ЛНУ, 2023. – 320 с</li> <li>7. Бойко І.В., Шевченко А.М. Маркетингова комунікація: підручник / І.В. Бойко, А.М. Шевченко. – Київ: НАУ, 2022. – 270 с.</li> <li>8. Кузьменко О.В., Тимошенко С.В. Маркетинг у сфері послуг: навчальний посібник / О.В. Кузьменко, С.В. Тимошенко. – Дніпро: ДНУ, 2021. – 240 с.</li> <li>9. Гриценко О.А., Мельник І.В. Маркетингова аналітика: підручник / О.А. Гриценко, І.В. Мельник. – Чернівці: ЧНУ, 2023. – 310 с.</li> <li>10. Павленко Т.В., Бондаренко Ю.О. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / Т.В. Павленко, Ю.О. Бондаренко. – Вінниця: ВНТУ, 2022. – 230 с..</li> <li>11. Захарова Н.М., Кравченко О.В. Маркетингова стратегія: підручник / Н.М. Захарова, О.В. Кравченко. – Полтава: ПНПУ, 2021. – 260 с.</li> </ol>
<b>Інформаційні ресурси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бібліотека Інституту психології і підприємництва. URL: <a href="https://ipp.edu.ua/biblioteka/">https://ipp.edu.ua/biblioteka/</a></li> <li>2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <a href="http://www.nbuu.gov.ua/">http://www.nbuu.gov.ua/</a></li> <li>3. Верховна Рада України. URL: <a href="http://zakon.rada.gov.ua">http://zakon.rada.gov.ua</a></li> <li>4. Кабінет Міністрів України. URL: <a href="http://www.kmu.gov.ua">http://www.kmu.gov.ua</a></li> </ol>
<b>6. Інформація про викладача</b>	
<b>Викладач</b>	Дергоусова Алла Олександрівна
<b>Науковий ступінь, вчене звання</b>	к.е.н., доцент
<b>Посада</b>	Доцент кафедри менеджменту та онтопсихології
<b>Контактний телефон</b>	tel:+380675197577
<b>E-mail</b>	edu@ipp.edu.ua
<b>Консультації</b>	відповідно до графіку індивідуальних консультацій, що розміщений на офіційному сайті Інституту
	