

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



Факультет історії, політології і міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Маркетинг**

Освітня програма «Управління міжнародним бізнесом»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Галузь знань 07 «Управління і адміністрування»

Затверджено на  
засіданні кафедри  
міжнародних економічних  
відносин  
Протокол № 1 від «29» серпня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

## **ЗМІСТ**

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг
Освітня програма	Управління міжнародним бізнесом
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	обов'язкова дисципліна
Курс / семестр	2/3
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 12 год. Практичні заняття – 18 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="https://d-learn.pro/">https://d-learn.pro/</a>

## 2. Опис дисципліни

### Мета та цілі дисципліни

**Мета дисципліни** є надання основних системних теоретичних і практичних знань з маркетингу і елементарних навичок при вирішенні задач і прийнятті рішень в умовах формування ринкових відносин, виходячи з альтернатив, в процесі здійснення ефективних обмінів при задоволенні людських потреб і отриманні вигоди.

Основними **завданнями** вивчення студентами дисципліни «Маркетинг» є:

- вивчення форм маркетингової діяльності в діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу та сучасних тенденцій його розвитку;
- виокремлення методів вивчення економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища, підходів до вибору зарубіжних ринків та обґрунтування стратегій виходу на них;
- оволодіння методами проведення міжнародного маркетингового дослідження;
- набуття навиків, щодо формування міжнародного маркетингового комплексу та сегментації світового ринку

### Компетентності

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
- ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК14. Здатність працювати у міжнародному контексті.
- СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.
- СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.
- СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.
- СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
- СК16. Здатність використовувати професійно-профільовані знання для створення суб'єктів міжнародного бізнесу інноваційного типу в бізнес-середовищі України та країн ЄС;

### Програмні результати навчання

- ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.
- ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
- ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.
- ПРН 18. Знати основні тенденції інноваційної політики глобальних фірм та транснаціональних корпорацій; розуміти економіку інноваційної діяльності в плані розвитку ринкової економіки, менеджменту, маркетингу та бізнес-планування.

### 3. Структура дисципліни

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	<b>Тема 1.</b> Сутність маркетингу та його сучасна концепція	Маркетинг – наука і практика сучасного бізнесу. Причини виникнення, існування і розвиток маркетингу. Сутність, зміст і етимологія слова "маркетинг". Основні робочі поняття маркетингу. Суб'єкти маркетингу. Еволюція комерційних підходів до бізнесу. Розвиток концепції маркетингу. Види маркетингу. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>
2.	<b>Тема 2.</b> Ринок як умова і об'єктивна основа маркетингу.	«Ринок» в широкому і вузькому розумінні. Класифікація ринків. Вплив законів ринкових відносин на ефективність фірми. Маркетингове середовище фірми. Фундаментальні теорії маркетингу: кристалізації, сегментації, життєвого циклу фірми (товару). Ринок очима маркетологів – цільові ринки (сегменти). Критерії ефективної діяльності фірми на ринку.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>
3.	<b>Тема 3.</b> Формування системи маркетингу на підприємстві.	Поняття системи та її елементи. Фірма як маркетингова система та її концептуальна модель. Цілі і обмеження маркетингу. Канони маркетингу: принципи, концепції, стратегії, програма. Процес маркетингу — від традиційного до стратегічного підходу. Компоненти (засоби) маркетингу, "маркетингова суміш" – marketing-mix. Основні та специфічні функції маркетингу. Завдання маркетингу, функціональні комплекси задач маркетингу. Адекватні структури маркетингу	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>
4	<b>Тема 4.</b> Маркетингова товарна політика	Сутність маркетингової товарної політики. Розуміння "товару" маркетологами, "товарна мікросуміш". Три рівні товару за Ф.Котлером. Класифікація товарів і асортиментна політика. Розроблення нового товару, поняття "новий товар". Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>

5	<b>Тема 5.</b> Маркетингова цінова політика	Ціна як інструмент маркетингу. Цілі цінової політики і фактори, що її визначають. Основні цінові стратегії. Методи ціноутворення Методика розрахунку оптимального рівня цін. Пристосування цін, цінова тактика. Управління цінами.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>
6	<b>Тема 6.</b> Маркетингова політика комунікацій.	Формування і сутність системи маркетингових комунікацій (СМК). Поняття іміджу (образу) фірми. Стратегія просування: вимушена, проштовхування. Алгоритм планування СМК. Характеристика складових СМК. Фактори, які визначають структуру СМК. Методи визначення бюджету на просування товару. Реклама. "Паблік рілейшенз". Персональний продаж. Пропаганда. Стимулювання збуту. Побудова ефективних тунелів продажу	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тести,</li> <li>• Контрольні запитання,</li> <li>• Кейси,</li> <li>• Завдання для індивідуальної роботи,</li> <li>• Завдання для самостійної роботи</li> </ul>

#### 4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Семінарські заняття	40
Бали за теми, винесені на лекційні заняття	30
Бали за індивідуальну роботу	20
Бали за самостійне опрацювання додаткової літератури	10
Максимальна кількість балів	100

#### 5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Робота на парах	Оцінка за контрольну роботу	Оцінка за індивідуальну роботу	Оцінка за самостійну роботу	Разом
40	30	20	10	<b>100</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою</li> </ul>				

Поточний контроль з дисципліни «Маркетинг» відбувається шляхом перевірки засвоєння студентами знань та умінь в ході семінарських занять, підготовки індивідуальної роботи та контролю самостійного опрацьованої додаткової літератури.

Перевірка засвоєння студентами знань та умінь в ході семінарських занять здійснюється шляхом оцінювання усних відповідей (в тому числі у формі презентацій), коротких письмових / тестових робіт. За опрацювання тем, визначених для семінарських занять студент може отримати максимально 40 балів. Відповідна форма активності студентів оцінюється за стобальною системою. У кінці семестру сума всіх оцінок ділиться на кількість оцінок, далі вона ділиться на 10 та множиться на 4.

Контроль засвоєння знань та навичок, що базуються на лекційному матеріалі, здійснюється шляхом написання студентами контрольної роботи (у розгорнутій та/або тестовій формі). За опрацювання тем, визначених для семінарських занять, студент може отримати максимально 30 балів.

Навики роботи із науковою літературою, вміння аналізувати знайдені матеріали, робити висновки та узагальнення студенти реалізують шляхом написання індивідуальних робіт. Індивідуальна робота оцінюється максимально у 20 балів.

Студентам також пропонується самостійне опрацювання наукових джерел, які є знаковими для відповідної дисципліни. Контроль засвоєння відповідних знань здійснюється у тестовій формі та максимально оцінюється у 10 балів.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань.

#### **Критерії поточного оцінювання:**

Відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) та Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 5) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.) знання оцінюються як з теоретичної, так і з практичної підготовки відповідно до національної шкали за такими критеріями:

- «відмінно» – здобувач освіти міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і буде відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок;

- «добре» – здобувач освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, аргументовано викладає його; має практичні навички, висловлює свої міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

- «задовільно» – здобувач освіти в основному опанував теоретичними знаннями навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх із майбутньою діяльністю;

- «незадовільно» – здобувач освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані.

## 6. Ресурсне забезпечення



Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа (відеофайли, рисунки, схеми)
<b>Література:</b>	
<b>Основна</b>	
<p>1. Маркетинг : навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко ; Старостіна А. О., ред. – Київ : Інтерсервіс, 2018. – 216 с. URL: <a href="https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470285">https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470285</a></p> <p>2. Приходько Д. О. Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / Д. О. Приходько. – Харків : ХНАДУ, 2019. – 240 с. URL: <a href="https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470286">https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470286</a></p> <p>3. Сенишин О. С. Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко. – Львів : ЛНУ, 2020. – 347 с. URL: <a href="https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470287">https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470287</a></p>	
<b>Допоміжна</b>	
<p>1. 4. Агєєв Є. Я. Маркетинг: від простого до складного ( Запитання і відповіді ) : навч. посіб. / Є. Я. Агєєв, В. І. Чепінога. Львів : "Новий Світ-2000", 2005. 352 с.</p> <p>2. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.</p> <p>3. Практикум з маркетингу. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Маркетинг" для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання / Укл.: Ільчук В.П., Штирхун Х.І. Чернігів: ЧНТУ, 2018. 81 с.</p> <p>4. Дергачова В. В., Обельницька Х. В. Специфіка взаємодії ринкових і державних інструментів регулювання відносин у сфері формування тарифу на послуги розподілу природного газу. Науковий погляд: економіка та управління. 2019. №3 (65) с. 293-298</p> <p>5. Обельницька Х. В., Бурачок О. І. Передумови впровадження концепції контролінгу маркетингової діяльності на підприємствах з виготовлення меблів. Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник». 2020. Випуск 6 (23). С. 114-121. ISSN (Online): 2522-4263.</p> <p>6. Perevozova I., Savchenko M., Shkurenko O., Obelnytska Kh., Hrechanyk N. FORMATION OF ENTREPRENEURSHIP MODEL BY INNOVATION ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES / — Journal of Entrepreneurship Education - Entrepreneurship: Investment and Innovation » / Volume 22, Special Issue, 2019 . - (Print ISSN: 1098-8394; Online ISSN: 1528-2651) (Scopus)</p> <p>7. Perevozova, I.V., Obelnytska, Kh.V., Perevozova, D.D., Plikhtiak, A.V. (2018).</p> <p>8. The effectiveness of the enterprise corporate management system: the socio-economic aspect and the evaluation methodology. Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools, 27 (3), 258–263. (Eduindex International Organization for Impact Factor and Indexing, MIAR, Facultat de Biblioteconomia i Documentació Universitat de Barcelona)</p> <p>9. Обельницька Х. В. Обґрунтування проблематики корпоративного управління вітчизняними нафтогазовими підприємствами / Х. В. Обельницька. // Міжнародна науковопрактична (он-лайн) конференція «Наука, Дослідження, Розвиток, Економіка. № 5», 30-31 травня 2018 року, Барселона, 2018. - С. 8-10.</p> <p>10. Обельницька Х. В. Теоретичні аспекти технології складання бізнес-плану як найважливішого інструмента управління бізнесом / Х. В. Обельницька, // «Тридцять сьомі економіко-правові дискусії» (Львів, 28 травня 2019 року): тези доповідей міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, Львів:, 2019. – с. 21-23- ISSN 2522-963X</p> <p>11. Перезова І. В., Обельницька Х. В., Столяр О. О. Соціальна функція держави</p>	

як складова механізму тарифоутворення на газ «Eurasian scientific congress». Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2020. Pp. 428-431. ( 22-24 march 2020.) URL: <http://sci-conf.com.ua>.

### Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті дистанційного навчання Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника <https://d-learn.pro/>

## 7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра міжнародних економічних відносин м. Івано-Франківськ, вул. Чорновола, 1, каб. 104. Тел.: +80342 75-20-27 Email: <a href="https://knev.pnu.edu.ua/">https://knev.pnu.edu.ua/</a> Ст. лаборант кафедри: Грушко Оксана Сторінки в соцмережах:  <a href="https://www.facebook.com/groups/2021045604705063">https://www.facebook.com/groups/2021045604705063</a></p>
Викладач	 <p>Перевозова Ірина Володимирівна Доктор економічних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин</p>
Контактна інформація викладача	<p>+80342 75-20-27 <a href="mailto:iryna.perevozova@pnu.edu.ua">iryna.perevozova@pnu.edu.ua</a></p>

## 8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету. Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <a href="https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/">https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</a></p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується <u>Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»</u> (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від</p>

	06.04.2021 р.).
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до <u>Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»</u> (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.).
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до <u>Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти»</u> (затверджене наказом Міністерства України № 245 від 15.07.1996 р.).
Додаткові бали	Студент має змогу також отримати <b>додаткові бали</b> , пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах тематики дисципліни впродовж навчального семестру; взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, конференції, круглому столі, інших видах наукової активності, які відповідають профілю дисципліни; опублікувавши наукову працю, яка відповідає профілю дисципліни. Відповідно до <u>Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»</u> (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2019р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.). відповідні студенти можуть отримати додаткові бали на підставі рішенням кафедри міжнародних відносин.
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується <u>Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 3)</u> (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.).

**Викладач**

**Перезовова І.В.**