

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

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління і адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 31 серпня 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Компетентності
5. Результати навчання
6. Організація навчання курсу
7. Система оцінювання курсу
8. Політика курсу
9. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Вступ до спеціальності
Викладач (-і)	Гречаник Наталія Юріївна К.е.н, доц. кафедри менеджменту і маркетингу
Контактний телефон викладача	
Е-mail викладача	nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ЄКТС, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри https://kmim.pnu.edu.ua/ .
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>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 менеджменту та маркетингу.</p> <p>Завдання курсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою вивчення курсу "Вступ до спеціальності" є отримання студентами знань, які необхідні для виконання ними своїх службових обов'язків майбутніх спеціалістів. 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 "Управління і адміністрування". Курс повинен прищепити любов до майбутньої професії в процесі навчання.</p> <p>Дисципліна "Вступ до спеціальності" повинна дати уявлення про характер та зміст роботи маркетолога, їх роль у вирішенні завдань підвищення ефективності діяльності та вимог, які пред'являються сучасним становищем економіки України професійним маркетологам.</p>	

4. Компетентності

Програмні компетентності

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.

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.

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.

5. 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

6. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни 180 год

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	28
семінарські заняття	32
самостійна робота	120

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
1	075 Маркетинг	1	Нормативний

Тематика курсу

Тема	Форма заняття	Літератур а	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Вища освіта в	Лекція,	1	Опрацювати	5 балів	До

<p>Україні у контексті Болонського процесу. Державний стандарт вищої освіти в Україні.</p> <p>Система вищої освіти в Україні та перспективи її розвитку. Структура та зміст вищої освіти.</p> <p>Болонський процес як засіб інтеграції та демократизації вищої освіти країн Європи. Європейська кредитно-трансферна система (ECTS).</p> <p>Державний стандарт вищої освіти України першого бакалаврського рівня «Маркетинг». Освітня програма «Маркетинг»</p> <p>Студентський путівник ПНУ та його застосовуваність</p>	<p>семінарське заняття</p>		<p>лекційний матеріал. Пройти тестування до теми</p>		<p>наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 2. Організація та техніка самостійної роботи студента.</p> <p>Значення економічної інформації та її роль у розвитку економічної науки і практики, економічної культури виробництва та суспільства.</p> <p>Проблеми інформації. Бібліотековедення та бібліографія. Джерела інформації.</p> <p>Бібліотека вузу: книжний фонд, його структура, міжбібліотечний абонемент.</p>	<p>Лекція,</p> <p>семінарське заняття</p>	<p>1</p>	<p>Опрацювати</p> <p>лекційний матеріал, підготуватися до практичного</p>	<p>5 балів</p>	<p>До</p> <p>наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 3. Організація навчального процесу у ВНЗ</p> <p>Особливості формування навчального плану для студентів спеціальності "Маркетинг". Типи занять (лекційні, семінарські,</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>17</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>

<p>семінарські, лабораторні) у вищих навчальних закладах. Організація самостійної роботи студентів. Виконання курсових та дипломних робіт. Методика підготовка студентів до здачі заліків та іспитів. Види контролю знань студентів. Озайомлення із сайтом кафедри</p>					
<p>Тема 4. Історія і традиції ВНЗ Місце ВНЗ у системі вищої освіти та системі підготовки кадрів вищими навчальними закладами для економіки України. Студентський Путівник. Загальні відомості про ВНЗ. Статут ВНЗ, Правила внутрішнього трудового розпорядку ВНЗ. Основні структурні підрозділи ВНЗ: ректорат, деканат, кафедри, бібліотека, допоміжні служби. Місце та роль факультету в організації навчально-виховного процесу студентів. Органи самоврядування студентів у ВНЗ та на факультеті: роль в організації навчального процесу, побуту та відпочинку. Організація соціальної захищеності студентів у ВНЗ. Психологічна допомога. Права та обов'язки студентів</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>17</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>

<p>Тема 5. Професійно-кваліфікаційна характеристика фахівця з маркетингу, його роль в усіх сферах діяльності. Актуальність і мета підготовки маркетолога. Професійне призначення та сфера діяльності маркетолога. Функціональні обов'язки і кваліфікаційні вимоги до маркетологів: вимоги до знань, умінь, навичок; соціальні функції менеджерів.</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>1,18,19</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>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</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>2,5,7,10</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>

<p>Тема 7. Сутність маркетингу та його основні категорії. Концепції маркетингової діяльності. Маркетинг: основні поняття, структура, види. Функції маркетингу. Принципи маркетингу.</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>1,2,8,9</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття. Перевірка ІНДЗ</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 8. Концепції маркетингової діяльності та їх еволюція Види концепцій. Приклади практики підприємств</p>					
<p>Тема 10. Система та характеристики маркетингу. Маркетинговий інструментарій. Поняття комплексу маркетингу. Товар. Ціна. Розподіл. Просування</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>1,2,8,9</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 11. Стратегія і тактика маркетингової діяльності. Основні принципи організації маркетингової діяльності підприємств різних форм власності та галузей діяльності</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>2,3;4,5,6</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 12. Глобальні тенденції та їх вплив на діяльність ринків України. Глобалізація. Проблеми глобалізації. Основи сталого розвитку суспільства. Взаємозалежність ринків.</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>2,3;4,6,7,8</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>
<p>Тема 13. Самомаркетинг. Мета самомаркетингу. Зосередження уваги на собі, своїх знаннях, вміннях, навичках, особистісних якостях. Презентація себе у суспільстві. Досягнення успіху у всіх сферах</p>	<p>Лекція, семінарське заняття</p>	<p>2,8,9</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.</p>	<p>5 балів</p>	<p>До наступного заняття за розкладом</p>

життя. Управління собою у складних ситуаціях.					
Тема 14. Нейромаркетинг. Нове поле маркетингових досліджень. Сенсорні, когнітивні та емоційні відповіді споживачів на маркетингові стимули.	Лекція, семінарське заняття	2,3,4,5,6,7,8,9,10	Перевірка ІНДЗ	5 балів	

7. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	100 бальна – (50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен)				
	Поточне тестування та самостійна робота			Екзаменаційна робота (екзамен)	Сума балів з навчальної дисципліни
	Модуль 1		Модуль 2		
	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Теми 1-14	
	поточний контроль	Самостійна робота	Індивідуальне науково-дослідне завдання		
	Теми 1-14	Теми 1-14	Теми 1-14		
30	10	10			
50			50	100	
Семінарські заняття	Поточні оцінки 2, 3, 4, 5, які можуть отримати під час семінарських занять сумуються і розраховується середнє арифметичне (із заокругленням до десятих). Середній бал за поточний контроль переводиться у 30 бальну шкалу.				
Самостійна робота	Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (дві спроби – кращий результат). Максимальна кількість балів за тестування становить 10 балів.				
Вимоги до письмової роботи	Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального науково-дослідного завдання (ІНДЗ). Студент на основі пройденого матеріалу аналізує специфіку своєї спеціальності та описує напрямки, якими найбільш зацікавився. Зокрема, розробляє перспективний план свого професійного розвитку (наприклад, професійна кар'єра або бізнес-ідея). Розробляє та оформляє роботу на аркуші формату А4 і приносить на останнє семінарське заняття. Максимальна кількість балів за ІНДЗ становить 10 балів.				
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові модулі: ЗМ 1. Поточний контроль (1-30 балів). ЗМ 2. Самостійна робота (1-10 балів). ЗМ 3. Індивідуальне науково-дослідне завдання (1-10 балів). Якщо студент набрав менше 25 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою менеджменту і маркетингу, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі.				
8. Політика курсу					
<p>Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість 50 балів за екзаменаційну роботу. Структура білета включає 4 завдання, три теоретичні питання та тестові завдання. Правильна відповідь на кожне питання білету оцінюється максимум в 10 балів, тестові завдання – 20 балів.</p> <p>Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, були недопущені або не з'явилися на екзамен, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.</p> <p>Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p> <p>Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а нб округляється.</p>					
9. Рекомендована література					
1. Шейко В.М. Кушнарєнко Н.М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: підручник / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. – 6-те вид., перероб. і доп. – К.:					

Знання, 2008. – 310 с

2. Менеджмент: навч. посіб. / Мошек Г.Є. та ін.; за заг. ред. Г.Є. Мошека. Київ: Ліра-К, 2015. 550 с.

3. Петруня Ю.Є., Говоруха В.Б., Літовченко Б.В. Прийняття управлінських рішень. Навчальний посібник. / За заг. ред. Ю.Є. Петруні. 2-ге видання. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 216 с.

4. Основи менеджменту : [підручник для студ. вищ. навч. закладів]; затв. МОН / за ред.: А.А. Мазаракі. Х. : Фоліо, 2014. 846 с.

5. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник. 3-тє вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2015. 492 с.

6. Маркетинг: навч. посіб.; за заг. ред. М.В. Мальчик; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. – Рівне: НУВГП, 2014. – 443 с.

7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник / В.Н. Парсяк. – Херсон: Олді-плюс, 2015. – 324 с.

8. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручн.- 2-ге вид., перероб. і доп.- К.: Знання-Прес, 2009.- 645 с.

9. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер. — СПб.: Питер, 2012. — 480 с.

10. Новітній маркетинг: навч. посіб./ Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар, Д. А. Штефанович та ін.; за ред. Є.В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420с.

11. 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.

Інтернет ресурси:

12. Сайт ЗВО «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
<https://pnu.edu.ua>

13. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.unideusto.org/tuningeu/>

14. Tuning Educational Structures in Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.unideusto.org/tuningeu/>

15. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>

16. 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.

17. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua/>

18. Публікації з менеджменту, економіки, маркетингу. URL:
<http://tourlib.net/management.htm>

19. Ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій і т.п. URL:

<http://www.profibook.com.ua>

25. Бізнес-рішення для розвитку підприємств, управління маркетингом і збутом, фінансовий менеджмент, управління персоналом, інформаційні технології управління персоналом, бюджетування. URL: <http://www.kmci.com.ua>

26. Менеджмент. URL: <http://menagement.knutd.com.ua/>.

27. Інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України. URL: <http://www.autosystems.com.ua>.

28. Щотижневик «Бізнес». URL: <http://www.business.ua/>.

Викладач

Наталія ГРЕЧАНИК