

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра менеджменту і маркетингу**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Маркетинг»**

Освітня програма Географія  
Спеціальність 106 Географія  
Галузь знань 10 Природничі науки

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту і маркетингу  
Протокол № 1 від “28” серпня 2020 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

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Маркетинг
<b>Викладач (-і)</b>	к.е.н., доц. Копчак Ю.С., к.е.н., доц. Шурпа С.Я.
<b>Контактний телефон викладача</b>	095 66 24 995 Копчак Ю.С. 050 130 44 80 Шурпа С.Я.
<b>Е-mail викладача</b>	yuriy.kopchak@pnu.edu.ua <a href="mailto:svitlana.shurpa@pnu.edu.ua">svitlana.shurpa@pnu.edu.ua</a>
<b>Формат дисципліни</b>	вибіркова
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кред. ECTS, 90 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=217&amp;id_cou=1040">http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&amp;action=ReviewOneCourse&amp;id_cat=217&amp;id_cou=1040</a>
<b>Консультації</b>	Згідно графіку консультацій
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>Вивчення дисципліни «Маркетинг» дозволить сформувати у студентів систему теоретичних знань щодо планування маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад. Сформує уміння застосовувати стратегії маркетингу на сучасному підприємстві; розвине здатність розробляти ефективні стратегії розвитку підприємства; забезпечить уміння планувати та контролювати маркетингову діяльність.</p>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<p>Метою дисципліни «Маркетинг» є викладення принципів, завдань та функцій маркетингу, способів реалізації його основних політик – товарної, цінової, комунікацій і розподілення, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань і прищеплення вміння творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств; вивчення основних понять, категорій, систем, інструментарію та алгоритмів маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних ринкових проблем та ситуацій; формування вмінь творчого пошуку резервів маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>Цілі вивчення дисципліни забезпечити можливість сформувати систему знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції.</p>	
<b>4. Компетентності</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вміння спілкуватися із нефахівцями, певні навички викладання, роботи зі ЗМІ;</li> <li>- Дотримання етичних принципів як з погляду професійної чесності, так і з погляду розуміння можливого впливу досягнень з природничих наук на соціальну сферу; здатність цінувати різноманіття та мультикультурність; здатність до критичного мислення, навички обдумування; міцне знання професії на практиці;</li> <li>- здатність побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень у сфері регіонального розвитку, природокористування і охорони природи; формування вмінь на основі отриманої інформації формулювати комплексні аналітичні висновки; здатність інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати отриману інформацію в контексті управлінського завдання або проблеми, що вирішується;</li> <li>- Здатність аналізувати географічні об'єкти та феномени як природного походження, так і технічні та техногенні, з погляду фундаментальних науково-географічних підходів і знань, а також на основі відповідних картографічних та геоінформаційних методів.</li> </ul>	
<b>5. Результати навчання</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вміти поєднувати теорію і практику, а також приймати рішення та виробляти стратегію діяльності для вирішення завдань спеціальності з урахуванням загальнолюдських цінностей, суспільних, державних та професійних інтересів.</li> </ul>	

<b>6. Організація навчання курсу</b>				
Обсяг курсу – 3 кред., 90 год.				
Вид заняття		Загальна кількість годин		
лекції		16		
практичні роботи		14		
самостійна робота		60		
Ознаки курсу				
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Обов'язковий / вибірковий	
5	106 Географія	3	Вибірковий	
Тематика курсу				
Тема, план	Форма заняття	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
<b>Тема 1: Сутність маркетингу та його сучасні концепції.</b> Сутність маркетингу. Передумови виникнення. Основні концепції маркетингу. Основні принципи та функції.	Лекція, семінар	Вивчення теми Опрацювання глосарію 2 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<b>Тема 2: Сегментація ринку.</b> Сутність і значення сегментації ринку. Принципи сегментування ринку. Масовий маркетинг. Сегментаційний маркетинг. Маркетинг на рівні ринкових ніш.	Лекція, семінар	Вивчення теми  Самостійна робота  4 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<b>Тема 3: Маркетингові дослідження та маркетингова інформаційна система</b> Суть та мета маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень. Маркетингова інформаційна система. Визначення вибірки.	Лекція, семінар	Вивчення теми  Пройти тестування  Самостійна робота  4 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<b>Тема 4: Маркетингова товарна політика</b> Поняття маркетингової товарної	Лекція, семінар	Вивчення теми	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу

<p>політики.  Маркетингова концепція товару(рівні товару).  Властивості та дизайн товару. Товарна номенклатура і товарний асортимент.  Послуга як товар.  Особливості маркетингу послуг.</p>		Самостійна робота 4 год.		
<p><b>Тема 5: Маркетингова цінова політика</b>  Сутність маркетингової цінової політики. Цінова еластичність попиту. Основні цілі ціноутворення. Зовнішні та внутрішні фактори ціноутворення. Ціноутворення, що орієнтується на споживчу цінність та собівартість. Стратегія «зняття вершків». Коригування цін (види знижок).</p>	Лекція, семінар	Вивчення теми  Пройти тестування  Самостійна робота 4 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<p><b>Тема 6: Маркетингова політика комунікацій</b>  Сутність маркетингової політики комунікації, основні функції. Реклама. Основні види реклами. Пропаганда. Форми пропаганди. Стимулювання збуту. Засоби стимулювання споживачів. Персональний продаж. Маркетингові комунікації в місцях продажу.</p>	Лекція, семінар	Вивчення теми  Самостійна робота 4 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<p><b>Тема 7: Маркетингова політика розподілу</b>  Сутність політики розподілу. Мета та завдання політики розподілу. Канал розподілу. Функції каналів розподілу. Посередники. Класифікація посередників. Оптова торгівля. Форми оптових торговців. Роздрібна торгівля. Форми роздрібною торгівлі.</p>	Лекція, семінар	Вивчення теми  Самостійна робота 4 год.	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу
<p><b>Тема 8: Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства</b>  Організація маркетингу на підприємстві.  Контроль маркетингової</p>	Лекція, семінар	Вивчення теми Підготовка до контроль	Максимальна оцінка-5	Згідно розкладу

<p>діяльності. Структура служби маркетингу. Моделі побудови відділу маркетингу. Процес маркетингової ревізії. Контролінг маркетингу.</p>			<p>ної роботи 4 год.</p>		
<b>7. Система оцінювання курсу</b>					
<p>Загальна система оцінювання курсу</p>	<p><b>100 бальна– 100 балів</b> протягом семестру;  <b>“відмінно”</b> – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;  <b>“добре”</b> – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;  <b>“задовільно”</b> – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;  <b>“незадовільно”</b> – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>				
<p>Вимоги до письмової роботи</p>	<p>Ви повинні виконати контрольну роботу, що складається з теоретичного питання, практичного та творчого завдань. Також враховуються виконання завдання частково-пошукового та творчого рівнів.</p>				
<p>Семинарські заняття</p>	<p>Проводяться у формі практичних занять. Студенти опрацьовують лекційний матеріал, готують виступи з використанням навчальної і наукової літератури, виступають з презентаціями. Лектор оцінює активність студентів впродовж семінару за прийнятою шкалою оцінок в балах. Під час семінарського заняття обов’язково за кожною темою оцінюються рівень знань студентів за допомогою тестових завдань та письмової самостійної роботи на знання основних понять за темою. На семінарському заняття можуть бути побудовані у формі ділової гри або дискусії.</p>				
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Залікова (підсумкова) оцінка виставляється автоматично як підсумок поточного контролю та контролю самостійної роботи..</p>				
<p>Підсумковий контроль, форма</p>	<p>Залік в кінці семестру, комбінований</p>				
<p>Програмові вимоги для складання заліку з дисципліни</p>	<p><a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/">https://d-learn.pnu.edu.ua/</a></p>				
<b>8. Політика курсу</b>					

Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі з дотриманням правил академічної доброчесності.

При виконанні завдань творчого рівня неприпустимі плагіат та списування.

Лекційні заняття пропущені без поважних причин відпрацьовуються, знання лекційного матеріалу обов'язкове.

Пропуски семінарських занять відпрацьовуються наступним чином: опрацювання теми, а також виконання вправ та творчих завдань із теми. Якщо студент пропустив (не відпрацював) більше 50% занять, він буде не допущений до складання екзамену. Обов'язковим є для отримання екзамену відвідування більш 50% занять, написання контрольної роботи та виконання самостійної роботи.

Поточні «2», отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на семінарському занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічної групи.

### **Політика щодо академічної доброчесності**

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатів навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням: «Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”» [https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%9D%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-%E2%84%96627\\_27.09.2018.pdf](https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%9D%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-%E2%84%96627_27.09.2018.pdf).

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

В Університеті діють морально-етичні принципи та правила поведінки викладачів і студентів, яких слід дотримуватися у своїй діяльності, прописані в Кодексі честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%9A%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81.FR12.pdf>

### **Політика щодо перескладання змістових модулів та оскарження оцінювання**

Ліквідація академічної заборгованості, перескладання змістових модулів та оскарження результатів оцінювання проводиться згідно порядку прописаного в «Порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/PORYaDOK-Orhanizatsii-Ta-Provedennia-Otsiniuvannia-Uspishnosti-Studentiv-Prykarpatskoho-Natsionalnoho-Universytetu-Im.-Vasyliya-Stefanyka.pdf>

### **Участь в опитуванні (анкетуванні)**

По завершенні вивчення курсу здобувачі вищої освіти мають можливість пройти опитування у системі Центру дистанційного навчання та моніторингу освітньої діяльності <https://d-learn.pnu.edu.ua/> щодо удосконалення якості навчання. Анкета носить анонімний характер і включає 10 запитань, відповіді на них будуть використовуватися лише в

узагальненому вигляді.

Заповнення анкет є важливою складовою навчальної активності студентів, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати їх пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни.

#### **9. Рекомендована література**

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання. Пер.з англ.: Уч.пос. М: Видавничий дім "Вільямс", 2001.-608 с.
2. Балабанова Л.В., Маркетинг: Підручник.– Київ.: Знання-Прес, 2004. – 646 с  
Березин И.С.Маркетинговый анализ. – М.: Эксмо, 2008. – 400с.
3. Бородкіна Н.О. Маркетинг: Навчальний посібник. МОН–Київ: Кондор. 2007. – 362 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – 5-те вид. доп.- Київ: Лібра, 2007. – 720 с.
5. Зяйлик М.Ф. Євромаркетинг: Навчальний посібник. МОН–Київ: Кондор. 2009. – 226с.
6. Косенков С. І. Маркетингові дослідження. – К.: Скарби, 2004. – 464 с.
7. Липчук В.В., Дудяк Р.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики: Навч. посібник /За загальною редакцією В.В. Липчука.- Львів: "Магнолія 2006", 2008. – 288с.
8. Мороз Л.А., Чухрай Н.П. Маркетинг: Підручник. За ред. Л.А. Мороз. – 2-е вид. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ + "Інститут післядипломної освіти"), "Інтелект- Захід", 2002.- 244 с.
9. Примак Т. О. Маркетинг. Навч. пос. – К.: МАУП, 2001. – 200 с.
10. Телетов О.С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення. – Суми: Вид-во Сумського держ.ун-ту ,2002. – 231 с.

**Викладач:**

\_\_\_\_\_

**Копчак Ю.С.**