

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА
МАРКЕТИНГУ**



**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ**

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – для всіх спеціальностей

Кількість кредитів – 3

Рік підготовки – 3, семестр – 6

Компонент освітньо-професійної програми – вибіркова

Дні занять – відповідно до розкладу занять у ЛНУП

Консультації – онлайн і офлайн згідно графіку консультацій кафедри

Мова викладання – українська

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:

Брух Оксана Олексіївна

Кандидат економічних наук, доцент

Контактна інформація ел. пошта: okci.bru@gmail.com,

телефон: +380977724140

Викладач з 20-річним досвідом, автор та співавтор понад 80 наукових статей, 5 наукових монографій, 4 навчальних посібників в т.ч. 1 посібник з грифом МОН, 100 навчально-методичних розробок

Читає курси: «Маркетингові комунікації», «Маркетинг», «Маркетингова цінова та товарна політика», «Діловий протокол і етикет», «Етика міжнародного бізнесу».

Наукові інтереси: бізнес-інструменти сучасного маркетингу, вплив маркетингу на розвиток сучасної економіки, дослідження міжнародної діяльності вітчизняних підприємств, ділові відносини у колективі.

Анотація до курсу. Навчальна дисципліна «Маркетинг» є вибірковою навчальною дисципліною в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).

Підсумковий контроль – залік.

Обсяг курсу – 90 години аудиторних занять, з них 16 годин лекцій, 32 годин практичних і семінарських занять та 42 годин самостійної роботи.

Мета та цілі курсу. Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг» є формування у майбутніх фахівців системних фундаментальних основ і базових знань категорій маркетингу, теорії і практики розвитку маркетингової діяльності та пріоритетів її розвитку у сучасних умовах на внутрішньому та зовнішньому ринках. Дисципліна орієнтує на підготовку фахівців з аналітичним типом мислення, які здатні вирішувати різнопланові питання в організації, здійснювати роботу та управління аналітичною діяльністю дослідницьких груп, приймати стратегічні рішення на основі аналізу ринкових тенденцій економіки.

Формат курсу – проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання СРС, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції-дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та ін.

СТРУКТУРА КУРСУ

Години (лек./сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
Змістовний модуль 1			
2/2	Теоретичні засади маркетингу	Ознайомитися із сутністю та причинами розвитку маркетингу. Знати основні поняття, види маркетингу, основні принципи та концепції розвитку. Вміти аналізувати цілі маркетингу. Знати функції маркетингу. Володіти практикою використання сучасних тенденцій розвитку маркетингу.	Тести Питання Завдання Реферати
2/4	Маркетингова інформація та маркетингові дослідження. Бенчмаркінг	Ознайомитися із поняттями та напрямками маркетингового дослідження. Вивчити та зрозуміти суть та види маркетингової інформації. Оволодіти методикою проведення та процесом маркетингових досліджень. Вивчити суть поняття бенчмаркінгу та його особливостей застосування.	Тести Питання Завдання Ділова гра Реферати
2/4	Комплексне вивчення ринку в системі маркетингу	Зрозуміти основні поняття, економічний зміст та класифікацію ринків. Розуміти особливості механізму функціонування ринку. Оволодіти поняттями попиту і пропозиції та зрозуміти суть і значення. Вивчити основні концепції визначення попиту та методи його оцінки. Розуміти суть сегментування ринку, його значення для пошукового маркетингу. Вивчити процес сегментування ринку. Практикуватися у виборі цільових сегментів ринку. Вивчити методику позиціонування товару і підприємства на ринку.	Тести Завдання Ситуаційні вправи Кросворд
2/2	Маркетингова товарна політика	Ознайомитися із поняттям товарної політики, виявити проблеми її формування. Вивчити життєвий цикл товару та криві життєвого	Тести Завдання Питання

		циклу. Зрозуміти суть модифікації ринку, товару та комплексу маркетингу.	Ситуаційні вправи
1/4	Управління торговими марками	Зрозуміти суть поняття товар, товарна марка, бренд. Вивчити характеристики товару, його рівні. Навчитись розробляти нові товари в комплексі товарної політики. Ознайомитися із поняттям марки і упаковки товару. Аналізувати асортимент і номенклатуру товарів.	Тести Питання Завдання Ситуаційні вправи
1/2	Маркетингова цінова політика	Ознайомитися із сутністю та цілями цінової політики в системі маркетингу підприємства. Вивчити методику розрахунку ціни. Характеризувати маркетингові цінові стратегії.	Тести Завдання Ситуаційні вправи
1/2	Маркетингова збутова політика	Ознайомитися із сутністю і метою збутової політики та основними елементами товарного розподілу. Вивчити канали розподілу, його рівні та функції. Зрозуміти суть та основні види оптової та роздрібної торгівлі. Практикувати у виборі торговельного посередники.	Тести Завдання Ситуаційні вправи Ділова гра
1/2	Маркетингова логістика	Оволодіти поняттям логістики, знати її види та функції. Розуміти суть матеріальних потоків та логістичних операцій. Знати логістичні системи та їхню характеристику. Ознайомитись із поняттям запасів та системою управління ними.	Тести Завдання Ситуаційні вправи
1/2	Конкуренція та конкурентоспроможність товару	Ознайомитись із поняттям конкуренція, конкурентоспроможність. Вивчити та зрозуміти види, методи конкуренції. Аналізувати можливості досягнення конкурентних переваг за допомогою сегментування. Знати загальні стратегії конкуренції.	Тести Завдання Ситуаційні вправи Реферати

1/4	Основи маркетингової політики комунікації	Ознайомитися із поняттям маркетингова політика комунікацій. Знати основні етапи формування комплексу маркетингових комунікацій. Проаналізувати переваги і недоліки застосування різних засобів впливу.	Тести Завдання Ситуаційні вправи
2/4	Інтернет-маркетинг	Знати сутність Інтернет-маркетингу. Розуміти значення маркетингу у соціальних мережах. Оволодіти поняттями: SEO: внутрішня оптимізація та SEO: зовнішня оптимізація. Практикувати вимірювання ефективності інтернет-маркетингу.	Тести Завдання Ситуаційні вправи

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-15 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань під час заняття.

Методи контролю. Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

Вид контролю	Метод контролю
Поточний контроль	Виконання тестових завдань
Модульний контроль	Виконання контрольних робіт

Шкала оцінювання студентів за кредитно-модульною системою

За шкалою ECTS	Залікові оцінки		За шкалою в балах
	Екзамен	Залік	
A	відмінно	Зараховано	90-100
B	добре		82-89
C			74-81
D			64-73
E	задовільно		60-63
FX	не задовільно	не зараховано	35-59
F			1-34

FX – означає “незадовільно” – необхідно виконати певну додаткову роботу для успішного складання;

F – означає “незадовільно” - необхідна значна подальша робота.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

Брух О.О., Линдюк А.О. Маркетинг: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» всіх спеціальностей – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2023. – 60 с.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Гірченко Т. Д. Дубовик О. В. Маркетинг : навч. посіб. К. : «Фірма «ІНККОС», Центр навч. літ., 2017. 255 с.

2. Голда Н.М., Краузе О.І. Опорний конспект лекцій з курсу «Основи маркетингу» для студентів денної та заочної форм навчання усіх факультетів університету. Тернопіль. 2018. 96с.

3. Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Лорві І. Ф. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.

4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Допоміжна:

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 332 с.

2. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. Тернопіль : Карт–бланк, 2016. 275 с.

3. Катаєв А.В. Маркетинг. [Електронний ресурс] : навч. посіб. для

студентів спец. «Фінанси і кредит», «Облік і аудит». Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. 292 с.

4. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.

5. Крикавський Є. В., Третьякова Л. І., Косар Н. С. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Львів: в-во «Львівська політехніка», 2012. 256 с.

6. Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я. Маркетинг: основи теорії та практики : навч. посіб. Львів : Магнолія плюс, 2014. 288 с.

7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 536 с.

8. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг: підручник 4-те вид., без змін. Львів : Інтелект-Захід, 2009. 244 с.

9. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика. : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.

10. Пилипчук В. П., Онач О. Ф., Коваленко Л. П. Промисловий маркетинг. Київ: Центр навч. літ., 2015. 264 с.

11. Соловійов І. О. Агрормаркетинг : системна методологія, реалізація концепції : монографія. Херсон : Олди-плюс, 2018. 344 с.

12. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К. : НАУ, 2019. 156 с.

Інформаційні ресурси

Нормативною базою вивчення дисципліни «Маркетинг» є типова робоча програма, навчальний план та робоча програма дисципліни. Джерелами інформаційних ресурсів вивчення дисципліни є:

Інтернет-ресурси:

1. <http://rada.gov.ua> – офіційний вебпортал Верховної Ради України;
2. www.kmu.gov.ua – офіційний сайт Кабінету Міністрів України «Урядовий портал»;
3. <http://www.president.gov.ua/> – офіційний сайт Президента України;
4. www.nau.kiev.ua – нормативні акти України;
5. <http://www.drсу.gov.ua> – сайт Державної реєстраційної служби України;
6. <http://liga.net> – Ліга Бізнес Інформ;
7. www.zakon.gov.ua – законопроекти України.

Джерелами інформаційних ресурсів вивчення дисципліни є бібліотеки:

1. Бібліотека ЛНУП: м. Дубляни, вул. В.Великого, 1; тел. 2946-915
2. Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України: вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72
3. Львівська обласна наукова бібліотека: просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26
4. Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. відділ: вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41

5. Центральна міська бібліотека ім. Лесі Українки: вул. Мулярська, 2а;
тел.72-05-81