

Назва курсу	ОК 9. Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	073 Менеджмент
ОПП	Менеджмент
Викладач (-і)	Наумова Олена Олександрівна, к.е.н., доцент Мала Ірина Борисівна, ст. вик.
Профайл викладача	https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/spivrobotniki/naumova-olena-oleksandrivna https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/spivrobotniki/mala-irina-borisivna
Контактний телефон	+380 (44) 455-57-12, вн. 254
E-mail	OlenaN@krok.edu.ua IrynaMB@krok.edu.ua
Консультації	Онлайн - консультації: https://livekrokedu.sharepoint.com/sites/KROK/student-cabinet/Lists/List/AllItems.aspx

КОМУНІКАЦІЇ

1. Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є **Moodle**. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт та ін. – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу.

Електронне забезпечення навчання (Moodle):

<https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=1281>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: dist.center@krok.edu.ua

Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проєктів розміщені на платформі Moodle: <https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=1281>

Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

2. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу dist.center@krok.edu.ua. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

3. Для проведення он-лайн лекцій, семінарських, практичних занять використовується платформа **MS Teams**. Увійдіть за допомогою свого імені користувача і пароля Office 365.

4. З розкладом занять можливо ознайомитись:

<https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/pidrozdili/strukturni/studentskij-ofis/rozklad>

У разі виникнення проблем з відображенням розкладу, прохання використовувати альтернативні інформаційні ресурси:

□ мобільний додаток [Telegram Bot «КРОК – віртуальний помічник»](#) або contact@krok_timetable_bot інформаційний портал: [кабінет студента](#) / [кабінет викладача](#)

Графіки консультацій викладачів Університету «КРОК» знаходяться □ [у персональному кабінеті](#) студента.

Для цього Вам потрібно обов'язково авторизуватись в системі Office 365.

У разі виникнення запитань щодо входу у Ваш кабінет, пишть на адресу support@krok.edu.ua

Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень (корпоративна пошта університету «Крок» викладача курсу). Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів.

1. Коротка анотація до курсу:

Сформувані у здобувачів вищої освіти рівня «бакалавр» наукових і професійних знань, орієнтовані на уміння аналізувати ринкову інформацію, ідентифікувати проблеми та обґрунтовувати необхідність вирішення маркетингових питань, добирати для цього необхідну та релевантну кількісну і якісну інформацію, робити обґрунтовані та неупереджені висновки; уміння застосовувати теоретичні положення, категорій та методології маркетингу; виконання управлінських функцій на різних галузевих ринках, організація та забезпечення ефективної діяльності на ринку; створення та / або модернізація системи управління на регіональному рівні, володіння методологією та методами наукового дослідження, наукового обґрунтування маркетингових проектів (або їх складових), та забезпечення результативної та ефективної діяльності суб'єкту ринку; уміння використовувати дослідницькі методи та сучасні інтернет технології; уміння аналізувати та тестувати різноманітними методами маркетингових рішення.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває таких компетентностей (загальні та фахові):

- ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
- ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

- ЗК 13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності
- СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.
- СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища
- СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
- СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.
- СК 12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.
- СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
- СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

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 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

3. Обсяг курсу:

Вид заняття	Загальна кількість годин/ кредитів ECTS 150 годин/5 кредитів ECTS 2 семестр		
	денна	заочна	дистанційна
лекції	28	10	10
семінарські заняття / практичні / лабораторні	28	8	8
Самостійна робота	64	102	102

4. Пререквізити* - Загальні знання, отримані на попередньому рівні освіти.

5. Технічне й програмне забезпечення / обладнання* частина навчальних занять проходить з використанням проектору, доступ до Інтернет-мережі. Наявність електронного пристрою з якого буде відбуватись навчання. Пристрій повинен бути облаштований відеокамерою та мікрофоном.

6. Політика курсу – студенти мають дотримуватись кодексу академічної доброчесності: https://www.krok.edu.ua/download/nakazi/2018-10-18_kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) відпрацювання пропущених занять відбувається за погодженням із керівником курсу.

У разі проведення занять в он-лайн форматі, здобувач має під'єднатись до навчальної платформи де буде проводитись заняття. Заходити на навчальну платформу (Teams, ZOOM) виключно під своїм реальним прізвищем. Під час занять з використанням онлайн платформи MS Teams камера має бути увімкненою протягом всього заняття, мікрофон включається за потреби під час відповідей/запитань. У разі відсутності можливості включати камеру, студент має повідомити викладача та отримати дозвіл бути присутнім з вимкненою камерою. В разі невідповідності та відсутності реакції здобувача на звернення викладача до нього особисто, здобувач вважається відсутнім на занятті.

4. Схема курсу

Тиждень /кількість годин	Тема	Форма діяльності Формат:	Література	Завдання, год	Термін виконання
1/ Лк.2 год. Пз. 2год	Теоретичний та методологічний базис маркетингу. Історичні етапи розвитку маркетингу	Лекція –2год Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичнихзанять / 4	1 тиждень
2/ Лк.2 год. Пз.2год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичнихзанять / 4	1 тиждень
3/ Лк.2 год. Пз.2 год		Види маркетингу та їх класифікація. Види маркетингу за станом попиту, за клієнтурними ринками, макро та мікрмаркетинг,	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год Самостійна робота -4 год.	[1-8]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичнихзанять / 4

	мезомаркетинг.			нять / 6	
4/ Лк.2 год. Пз.2 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 6	1 тиждень
5/ Лк.2 год. Пз.2 год	Концепції маркетингу. Принципи та функції маркетингу.	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 6	1 тиждень
6/ Лк.2 год. Пз.2 год.	Комплекс маркетингу. Розвиток комплексу маркетингу. Комплекс маркетингу в галузях.	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень
7/ Лк. 2 год. Пз.2 год.	Маркетингове середовище та його	Лекція –2год. Семінарське	[1-4]	Лекції, ситуаційні	1 тиждень

	дослідження. Архітектура маркетингового середовища. Види маркетингових досліджень	заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.		вправи та завдання до практичних занять / 4	
8/ Лк.2 год. Пз.2 год.	Сегментування ринку та позиціонування. Методи сегментації ринків. Стратегії позиціонування	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень
9/ Лк 2 год. Пз.2 год.	Маркетингова товарна політика. ЖЦТ та види ЖЦТ. Маркетингова діяльність на різних етапах ЖЦТ	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень

10/ Лк.2 год. Пз. 2 од	Маркетингова цінова політика. Види цінових маркетингових стратегій.	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень
11/ Лк. 2 год. Пз. 2 год		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -6 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять/ 4	1 тиждень
12/ Лк. 2 год. Пз. 2 год	Маркетингова політика розподілу. Канали розподілу. Маркетингові стратегії в каналах розподілу	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота - 6 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень
13/ Лк.2 год. Пз.2 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -6 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять / 4	1 тиждень
14/ Лк.2 год год. Пз.2 год. год.	Маркетингова комунікаційна політика. Комунікаційний процес. Вибір інструментів комунікацій	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -6 год.	[1-4]	Лекції, ситуаційні вправи та завдання до практичних занять/ 4	1 тиждень

8. Система оцінювання та вимоги/ Система оцінювання та критерії

Загальна система оцінювання курсу	<i>участь в роботі впродовж семестру/екзамен - 70/30</i>
Вимоги до індивідуальної /письмової роботи*	За підсумками кожного семінару студент повинен виконати самостійне (індивідуальне) завдання (див. календарний план). Завдання повинно бути написане самостійно, плагіат заборонений, посилання чи цитувань оформлюються за загальноприйнятими вимогами. Оцінюється якість та оригінальність виконаних завдань. Завдання повинні бути надіслані викладачу (викладені в Moodle) до дати наступного семінарського заняття. Самостійне (індивідуальне) завдання може бути максимально оцінено у 5 балів. Усі повинні обов'язково підготувати самостійні (індивідуальні) завдання, а їх відсутність з будь-яких причин не може бути виправданям.

Семінарські/практичні заняття	Бали нараховуються за активну роботу по кожній темі семінарського заняття 0-5 балів
Проміжний контроль	Тестова контрольна робота. Максимальна кількість балів – 5.
Умови допуску до підсумкового контролю	Участь у семінарських заняттях, виконання всіх самостійних (індивідуальних) робіт. Здобувач допускається до екзамену за умови отримання за роботу в семестрі не менше 35 балів.
Підсумковий контроль / екзамен	Максимальна кількість балів за підсумковий контроль 30 балів. <u>Загальна сума балів:</u> 90-100 балів – «відмінно»; 70-89 балів – «добре»; 50-69 балів – «задовільно»; менше 50 балів – «незадовільно».

9. Основна література

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид. переробл. і допов. – К. : Знання-Прес, 2004. – 645 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко . – 5-те вид., доп. і переробл. – К. : Лібра, 2007. – 720 с.
4. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу / С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська. – К.: «Наш час», 2007. – 504 с.
5. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф.Буряка Р.І. – К.: ЦП «Компринт», 2019. – 765с.
6. Маркетинг : підруч. [для студ ВНЗ] / В. Руделіус та ін. ; ред.-упоряд О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – вид. 3-тє. - К. : Нач—метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
7. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Шевчик М. Г та ін.. Основи маркетингу: навчальний посібник . – К.: Наш час, 2006. – 235 с.

10. Інформаційні ресурси

8. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

До уваги студентів: усі навчально-методичні матеріали (плани лекцій, презентації, завдання/задачі/ситуаційні вправи тощо) подані в Moodle <https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=1281>