



## Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг»

<b>Спеціальність</b>	051 «Маркетинг»
<b>Освітня програма</b>	«Економічна кібернетика»
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалавр)
<b>Статус дисципліни</b>	Обов'язкова
<b>Мова викладання, навчання та оцінювання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	3 курс, 5 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	4 кредитів
<b>Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять</b>	Лекції – 16 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 84 год.
<b>Форма семестрового контролю</b>	Екзамен
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), сайт кафедри <a href="http://www.dom.hneu.edu.ua/">http://www.dom.hneu.edu.ua/</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Родіонов Сергій Олександрович, к.е.н., доц.
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	rodionov89@gmail.com
<b>Дні навчальних занять</b>	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу</a> Практичні та лабораторні заняття: <a href="#">згідно діючого розкладу</a>
<b>Консультації</b>	На кафедрі маркетингу, очні відповідно до графіку консультацій; індивідуальні; дистанційні через чат ПНС
<b>Мета навчальної дисципліни:</b> формування теоретичних знань і практичних навичок щодо просування товарів та послуг на ринок, у тому числі міжнародний, з урахуванням задоволення потреб та забезпечення ефективної діяльності підприємства	
<b>Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни</b>	
<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
Фінанси	-
Економіка підприємства	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1 Теоретичні основи маркетингу</b>	
Тема 1. Сутність маркетингу	
Тема 2. Сучасні маркетингові концепції	
Тема 3. Потреби і мотивація споживачів	
Тема 4. Сучасні тенденції трансформації моделі класичного маркетинг-міксу	
<b>Змістовий модуль 2 Управління сучасними видами маркетингу</b>	
Тема 5. Тенденції маркетингових досліджень	
Тема 6. Маркетингова комунікаційна політика	
Тема 7. Планування маркетингової діяльності підприємства в умовах розвитку Інтернет-технології	
Тема 8. Міжнародний маркетинг	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>	
ноутбук, мультимедійний проектор для проведення лекційних занять, підключення до мережі Інтернет	



### **Форми та методи оцінювання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний та підсумковий контроль впродовж семестру – 100 та мінімально можлива кількість балів, – 60. Підсумковий контроль знань та компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, поточні контрольні роботи, творче завдання - мультимедійні презентації, поточні контрольні роботи, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконанні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

*Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.*

### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

*Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни*