Силабус дисципліни «Маркетинг»

Викладач: *Дранус Любов Сергіївна*

кандидат економічних наук,
доцент (б.в.з.) кафедри менеджменту
факультету економічних наук ЧНУ ім. Петра Могили

Мета: сформувати систему знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції.

Оригінальність навчальної дисципліни:

Авторський курс

Очікувані результати навчання

В результаті вивчення дисципліни студент

має знати:

– місце маркетингу в структурі управління та функціонування бізнес-середовища;

– процес управління маркетингом;

– елементи комплексу маркетингу;

– маркетингові стратегії та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації і позиціонування.

***має вміти*:**

– аналізувати маркетингове середовище ;

– проводити сегментацію ринків;

– розробляти комплекс маркетингу: товар, його три рівні, асортимент; цінову політику підприємства; методи поширення на ринку; комплекс маркетингових комунікацій товару.

Зміст дисципліни

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Тема 2. Класифікація маркетингу.

Тема 3. Характеристика маркетингу.

Тема 4. Маркетингові дослідження

Тема 5. Маркетингова товарна політика.

Тема 6. Маркетингова цінова політика.

Тема 7. Маркетингова політика продажу.

Тема 8. Маркетингова політика просування.

Тема 9. Організація маркетингу.

Тема 10. Контроль маркетингу.

Тема 11. План маркетингу підприємства

Види робіт:

- відповіді та дискусії під час обговорення, активна участь у командній роботі, презентації продукту, бренду та рекламної компанії – 35 балів
- участь у брейн-ринзі – 10 балів
- виконання контрольної роботи – 10 балів
- наукове повідомлення та його презентація – 5 балів

Технічне забезпечення

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер).

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi.

Політика щодо дедлайнів

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності

передбачає самостійне виконання контрольної роботи та підготовку наукового повідомлення, у разі наявності текстових збігів, копіювання, списування або фальсифікації даних робота не зараховується. Списування під час заліку/іспиту (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв) заборонено.

Критерії оцінювання лабораторних/практичних/індивідуальних/робіт/ доповідей/проєктів

Під час роботи на семінарах оцінюється активна участь під час обговорення та відповідей на питання, володіння теоретичним матеріалом та вміння його використовувати при вирішенні ситуаційних завдань; в командній роботі додатково оцінюється вміння розподілити обов'язки та злагоджена робота колективу, вирішення конфліктних ситуацій, що заважають вирішенню завдань.

Контрольна робота проводиться письмово в аудиторії та складається з 3відкритих питань, що базуються на лекційному матеріалі

Наукове повідомлення готується за запропонованою тематикою, орієнтовний обсяг 10-15 аркушів формату А4 друкованого тексту (до 10 слайдів презентації). Кількість опрацьованої літератури - не менше ніж 10-15 джерел (крім підручників). Оцінюється: новизна, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми та вміння презентувати.

За активну участь в командній роботі під час підготовки питань для проведення гри та активну роботу під час обговорення та відповідей на питання суперників учасники команди переможця отримують до 10 балів, команди учасниці до 8 балів.