

**Міністерство освіти і науки України**  
**ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Факультет економіки та підприємництва

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету економіки та підприємництва

  
А.А. Брояка

« 19 » квітня 2021 р.

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Маркетинг»**

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 051 Економіка

Освітньо-професійна програма Економіка

**РОЗГЛЯНУТО**

на засіданні Ради Студентського  
Самоврядування факультету  
економіки та підприємництва  
Протокол № 6  
від « 23 » березня 2021 р.

**РОЗГЛЯНУТО**

на засіданні Вченої Ради  
факультету економіки та  
підприємництва  
Протокол № 8  
від « 19 » квітня 2021 р.

Вінниця 2021

## **1. Відомості про викладача, який викладає навчальну дисципліну**

Логоша Роман Васильович, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу, електронна адреса: lrv@vsau.vin.ua

## **2. Опис навчальної дисципліни**

ОК 26 Маркетинг

кількість кредитів ЄКТС – 4;

кількість годин – 120 годин, у тому числі 58 аудиторних годин, 62 години самостійна робота;

Програма навчальної дисципліни передбачає перезарахування кредитів освітніх компонентів, отриманих здобувачами вищої освіти, які навчалися за програмою академічної мобільності, неформальної та інформальної освіти за наявності відповідних підтверджуючих документів.

Предбачено розробка аудіокурсу, дистанційних online курсів для здобувачів з особливими освітніми проблемами (інклюзивної освіти).

## **3. Час і місце проведення навчальної дисципліни**

Термін викладання – один семестр, 3 курс, 6 семестр.

## **4. Пререквізити і постреквізити навчальної програми**

«Маркетинг» належить до навчальних дисциплін обов'язкової компоненти;

при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Політекономія», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємств»;

основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Менеджмент», «Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств», «Стратегічне планування діяльності підприємства», «Потенціал і оцінка бізнесу», «Митне регулювання ЗЕД».

## **5. Характеристика навчальної дисципліни**

**5.1. Призначення навчальної дисципліни.** Освітня компонента «Маркетинг» спрямована на отримання здобувачами вищої освіти важливої і універсальної компетентності – здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері.

**5.2. Мета вивчення навчальної дисципліни** – формування у здобувачів вищої освіти формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

**5.3. Задачі вивчення дисципліни** – теоретична та практична підготовка, самостійно виявляти проблеми маркетингу при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення, використовувати аналітичний та

методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформуувати такі програмні компетентності:

*інтегральна компетентність* – здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

*загальні компетентності:*

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

*спеціальні (фахові) компетентності:*

СК4. Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.

СК9. Здатність прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси.

СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб’єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

*програмні результати:*

ПР6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

РН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

РН 15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

РН 22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об’єктами, та у невизначених умовах.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів вищої освіти соціальні навички (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

**5.4. Зміст навчальної дисципліни** Програма дисципліни орієнтована на вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності тощо.

### 5.5. План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Маркетинг – досконалий спосіб управління ринком. Система маркетингу та маркетингове середовище.	2	2	8
	Тема 2. Система і характеристика маркетингу	2	2	8
	Тема 3. Система маркетингової інформації та алгоритм маркетингового дослідження.	2	2	8
	Тема 4. Дослідження поведінки покупців на споживчому ринку. Місткість та насиченість ринку.	4	4	4
	Тема 5. Сегментування ринку та позиціонування товару.	4	2	6
	Тема 6. Маркетингова товарна політика. Створення нових товарів та концепція їх життєвого циклу.	4	4	4
	Тема 7. Створення нових товарів та концепція ЖЦТ	2	2	8
	Тема 8. Маркетингова цінова політика.	4	4	4
	Тема 9. Маркетингова комунікаційна політика підприємства.	2	4	4
	Тема 10. Маркетингова політика розподілу.	4	2	8
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>28</b>	<b>62</b>

### 6. Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час позааудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності

Виконання здобувачем вищої освіти самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця який забезпечує викладання даної навчальної дисципліни у ВНЗ.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти передбачає:

планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розроблення навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Контроль результатів самостійної роботи здобувача вищої освіти може здійснюватися під час лекційних і практичних занять або поза ними у письмовій, усній або змішаній формі з поданням результату самостійної роботи здобувача або у формі тестування.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	24	щотижнево	Усне опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	8	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка доповідей, презентацій, есе	22	2 рази на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до проміжних та атестаційних контрольних робіт та тестування	8	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ
<b>Разом</b>		<b>62</b>		

## 7. Список основної та додаткової літератури

### Основна:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Видавець. 2019. 240 с.

4. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

5. Котлер Ф., Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс. Москва: Видавничий дім "Вільямс", 2001. 608 с.

6. Белявцев М.І. Іваненко Л.М. Маркетинг. Київ : ЦУЛ, 2005. 235 с.

7. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень:: Навчальний посібник. Київський національний університет імені Т. Шевченка. 2017. 150 с.

8. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ, 2012. 612 с.

9. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

#### **Додаткова:**

10. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ: Книга, 2015. 246 с.

11. Земляков І.С. Основи маркетингу. Київ: ЦУЛ, 2005. 117 с.

12. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.

13. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики / Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С. Я. Львів: "Новий Світ-2000" ; "Магнолія Плюс". 2003. 288 с.

14. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу. Київ: Кондор, 2005. 240 с.

15. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.

16. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання-Прес, 2003. 326 с.

17. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг. Київ: "Фірма "ІНКОС", ЦНЛ, 2007.

18. Логоша Р.В., Семчук І.А. Ідентифікація моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка АПК*. 2020. № 12 (314). С. 45-54.

19. Lohosha R. V., Gorinska V. M. Improvement of the marketing activity management system of farms. *Colloquium-journal*. 2021. № 4 (91), część 3. P. 40-49.

20. Логоша Р. В. Формування постіндустріального ринку овочевої продукції в Україні: монографія. Вінниця: ПрАТ «Вінницька обласна друкарня». 2017. 515 с

#### **Інтернет-ресурси**

21. Верховна Рада України. URL : <http://www.rada.gov.ua>.

22. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.

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

24. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>

25. Агроконсалтинг. URL : <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/o-kompanii>

## Інформаційні ресурси

26. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Маркетинг» (внутрішній сайт ВНАУ)

27. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

### 8. Методи навчання:

Традиційні методи:

– навчально-ілюстративна лекція.

Діалогові методи:

– лекція-диспут, проблемна лекція, лекція з розгляду конкретних ситуацій, лекція-консультація, лекція-прес-конференція.

Інтерактивні методи:

– аналіз помилок;

– «дерево рішень»;

– публічний виступ;

– робота в малих групах.

### 9. Форми поточного та підсумкового контролю

– перевірка аудиторних та домашніх завдань;

– усне, письмове, комбіноване, експрес-опитування;

– самоконтроль;

– взаємоперевірка;

– презентація;

– дослідницький проєкт;

– контрольна робота;

– тестування;

– іспит.

### Шкала оцінки знань здобувача вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Рейтингова оцінка за шкалою навчального закладу (абсолютна кількість балів за дисципліну)	Оцінка за шкалою ECTS
зараховано	90-100	A
	82-89	B
	75-81	C
	66-74	D
	60-65	E
не зараховано з можливістю повторного складання	35-59	FX
не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	01-34	F

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку чи екзамену. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### 10. Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

	Вид навчальної діяльності	Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Виконання домашніх завдань	4
4	Виконання контрольних робіт, тестування	10
5	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проєкти)	8
	<b>Всього за атестацію 1</b>	<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Виконання домашніх завдань	4
9	Виконання контрольних робіт, тестування	10
10	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проєкти)	8
	<b>Всього за атестацію 2</b>	<b>30</b>
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	<b>10</b>
	<b>Підсумкове тестування</b>	<b>30</b>
	<b>Разом</b>	<b>100</b>



Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 50% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 20% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки - на екзамені.

Визнання результатів набутих у неформальній/інформальній освіті здійснюються до початку семестру, у якому згідно з навчальним планом передбачено опанування освітнього компонента.

Врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### 11. Політика навчальної дисципліни

Дисципліна передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Відвідування лекційних та практичних занять є обов'язковим.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Відпрацювання пропущених занять є обов'язковим незалежно від причини пропущеного заняття, здобувач презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями, розв'язуванням задач не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими та оригінальними.

Силабус погоджено

Гарант освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_ А.А. Брояка