



СИЛАБУС **НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ** **«МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ»**

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Спеціальність: 075 Маркетинг

Рік навчання: 4-й, семестр 8-й

Кількість кредитів ECTS: 5 кредитів

**Назва кафедри: Аграрного менеджменту та
маркетингу**

Мова викладання: українська

Лектор курсу

д.е.н., доцент Логоша Роман Васильович

**Контактна інформація
лектора (e-mail)**

lrv@vsau.vin.ua, konffmp@ukr.net

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинговий аналіз» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни – 150 год.: лекції – 24 год.; практичні заняття – 22 год., самостійна робота – 104 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

«Маркетинговий аналіз» належить до навчальних дисциплін вибіркової компоненти;

при вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Основи маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна)», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингова цінова політика»;

основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Світові товарні ринки», «Логістика», «Маркетингове планування».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни

Освітня компонента «Маркетинговий аналіз» спрямована на отримання здобувачами вищої освіти важливої і універсальної компетентності – вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується

комплексністю та невизначеністю умов.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни – забезпечує формування системи знань у сфері аналітичного маркетингу, організації його проведення та інформаційного забезпечення.

Завдання вивчення дисципліни

Програма дисципліни орієнтована на отримання здобувачами вищої освіти системи знань про основні прийоми здійснення маркетингового аналізу; методи проведення маркетингового аналізу за конкретними його напрямками; навички виявлення резервів маркетингової діяльності, в першу чергу, в розрізі елементів комплексу маркетингу; вміння розробляти заходи з удосконалення маркетингової діяльності на підприємстві за результатами проведеного аналізу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформувати програмні компетентності.

інтегральні компетентності (ІК):

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

програмні результати (Р):

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): 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).

План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Дослідження ринку та аналіз ринкової ситуації.	4	4	18
	Тема 2. Аналіз поведінки споживачів на ринку.	4	4	18
	Тема 3. Аналіз товарів і товарної політики.	4	2	18
	Тема 4. Аналіз асортименту та асортиментної політики.	4	4	18
	Тема 5. Аналіз збуту та збутової політики.	4	4	16
	Тема 6. Аналіз цінової політики. Аналіз маркетингових ризиків.	4	4	16
Разом		24	22	104

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.

Основні види самостійної роботи здобувача

№ 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	36	щотижнево	Усне опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	28	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	18	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ
Разом		104		

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

Список основної та додаткової літератури

Основна:

1. Зоріна О.І., Нескуба Т.В., Мкртчян О.М. Маркетингово-економічний аналіз: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 65 с.
2. Морохова В.О., Бойко О.В., Герасимяк Н.В. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник. Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2011. 340 с.
3. Маркетинговий аналіз: навч. посібник / За ред. В. В. Липчука. Київ: Академвидав, 2008. 216 с.
4. Маркетинговий аналіз: Навчальний посібник / Братко О.С., Дячун О.Д., Лагоцька Н.З., Окрепкий Р.Б. За ред. доктора економічних наук, професора Д.А. Штефанича. Тернопіль: Економічна думка, ТНЕУ, 2012. 296 с.
5. Бутенко А.Т., Кучеренко В.Р., Рак Е.В., Ягорлицький В.А. Кон'юнктурний аналіз товарного ринку. НАН України. Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2000. 156 с.
6. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. 146 с.

7. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навчальний посібник. Львів : Новий світ -2000, 2003. 272 с.

8. Управлінський аналіз : навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., професора З.В. Герасимчук. Луцьк «Вежа», 2013. 998 с.

9. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н. , Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с.

Додаткова:

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

2. Кулик А. В. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. 452 с.

3. Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбатюк М.І. Економічний аналіз : навчальний посібник /за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2007. 556 с.

4. Кіндрацька Г. І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз : теорія і практика : підручник / за ред. проф. А.Г. Загороднього. Львів: В-во «Магнолія 2006», 2007. 440 с.

5. Маркетинговий аналіз : навч. посіб. / за ред. В. В. Липчука. Київ : Академвидав, 2008. 216 с.

6. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 160 с.

7. Маркетинг : бакалаврський курс : навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.

8. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

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

10. Основи економічного аналізу : навч.-метод. посіб. / В.М. Микитюк, Т.М. Паламарчук, О.П. Русак [та ін.]; за ред. В.М. Микитюка. Житомир : Рута, 2018. 440 с.

Інтернет-ресурси:

1. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>
5. Агроконсалтинг. URL : <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/> о-компанії

Інформаційні ресурси:

6. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Маркетинговий аналіз» (внутрішній сайт ВНАУ).
7. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

Контроль і оцінка результатів навчання

У відповідності до положення “Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті”, розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи – 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв’язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності – 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов’язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

	Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1		
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 проекти)	8
	Всього за атестацію 1	30
Атестація 2		
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 проекти)	8
	Всього за атестацію 2	30
	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
	Підсумкове тестування	30
	Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

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.