

## СИЛАБУС

### з курсу «Маркетинг»

на отримання ступеню вищої освіти «бакалавр» за спеціальністю

281 «Публічне управління та адміністрування»

Харківський національний технічний університет

сільського господарства імені Петра Василенка

**Обсяг курсу** – 4 кредити (ECTS): 30 годин лекції, 30 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, екзамен.

**Викладач курсу** – **Мандич Олександра Валеріївна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій (<http://new.khntusg.com.ua/staff/mandich-oleksandra-valeriivna>)

### Опис курсу

**Пререквізити** - базові знання з дисциплін: економічна теорія, теорія організації.

**Мета курсу** – формування у майбутніх фахівців систематизованого комплексу знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів в сучасних умовах.

**Завдання курсу** – вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємстві; набуття здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

У результаті вивчення курсу студенти повинні:

**знати:** основні поняття, термінологію курсу; теорію еволюції маркетингової концепції управління; характеристику основних елементів концепції маркетингу; характеристику основних складових комплексу маркетингу; класифікацію основних видів маркетингу; теоретичні засади формування маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики; основні підходи до планування та контролю маркетингової діяльності;

**уміти:** розв'язувати конкретні маркетингові завдання; застосовувати набуті теоретичні знання при розв'язанні конкретних ситуацій; уміти творчо вирішувати питання пошуку резервів вдосконалення маркетингової діяльності.

**Компетентності** – здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій усіх форм власності та видів економічної діяльності, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю маркетингового середовища та умов господарювання

**Результати навчання** - в результаті вивчення курсу студенти можуть демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища; оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень; виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

### Структура курсу

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Тема 2. Класифікація маркетингу.

Тема 3. Маркетингове середовище.

Тема 4. Маркетингові дослідження.

Тема 5. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів ринку.

Тема 6. Маркетингова товарна політика.

Тема 7. Маркетингова цінова політика.

Тема 8. Маркетингова політика комунікацій.

Тема 9. Маркетингова збутова політика.

Тема 10. Організація та контроль маркетингу.

Тема 11. Управління маркетингом.

Тема 12. План маркетингу підприємства.

**Політика курсу** – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

**Система оцінювання** - оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: модуль 1 – 30 % семестрової оцінки; модуль 2 - 30% семестрової оцінки; залік - 40% семестрової оцінки.

#### **Інформаційні ресурси**

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>

Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>