

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»</p> <p>Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 071 «Облік і оподаткування» Освітня програма – «Облік і оподаткування»</p>
<p>Рівень вищої освіти</p>	<p>перший (бакалаврський)</p>
<p>Компонент освітньої програми:</p>	<p>вибірковий</p>
<p>Кількість кредитів ECTS /загальна кількість годин</p>	<p>4 кредитів /120 годин</p>
<p>Семестр</p>	<p>4</p>
<p>Форма контролю</p>	<p>залік</p>
<p>Мова викладання</p>	<p>українська</p>
<p>Профайли викладачів</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;">   </div>	<p>Варченко Ольга Миронівна Посада: проректор з наукової та інноваційної діяльності, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Вчене звання: професор Науковий ступінь: доктор економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 130 ауд. (кафедра фінансів, банківської справи та страхування). E-mail: Olga.Varchenko@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем:+380676043412</p> <p>Артімонова Ірина Вікторівна Посада: доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 130 ауд. (кафедра фінансів, банківської справи та страхування). E-mail: artimonovaira@ukr.net Зв'язок з викладачем: +380985406177</p>
<p>Опис дисципліни</p>	<p>Дисципліна «Маркетинг» є однією із навчальних дисциплін, важливість якої зумовлена тим, що розумне поєднання елементів нових маркетингових концепцій, застосування сучасних</p>

	<p>інтегрованих підходів до проведення маркетингових досліджень, відведення маркетингу належної ролі у стратегічному плануванні на підприємстві сприятимуть підвищенню ефективності діяльності вітчизняних підприємств.</p> <p>Досягнення поставлених завдань забезпечується через залучення у розробку та реалізацію дисципліни фахівців із провідних національних та регіональних компаній.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Маркетинг» базується на знаннях таких дисциплін, як «Економічна теорія», «Соціологія», «Інформаційні системи і технології».</p>
Мета вивчення дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни «Маркетинг» є набуття студентом знань, умінь і навичок щодо сутності і змісту маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах конкурентного середовища, а саме: узагальнення сутності, принципів, завдань і функцій маркетингу, систематизації складових маркетингового середовища функціонування підприємницьких структур, основних напрямів маркетингових дослідження, розкриття складових товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики, вивчення організаційних засад маркетингу, розробки маркетингової стратегії (сегментація, таргетування, позиціонування), формування у студентів базового розуміння теоретичних та практичних понять «маркетинг», ознайомлення студентів із використанням маркетингових практик у бізнесі та відповідно об'єктами бухгалтерського обліку.</p>
Формат дисципліни	<p>Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дуальна форма навчання, дистанційна тощо) можуть використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p>
Очікувані результати навчання	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знати об'єкти обліку у розрізі складових комплексу-маркетингу; 2. Мати навички збирання, обробки та аналізу інформації для проведення маркетингового контролю й аудиту та знати джерела її отримання; 3. Опанувати методичний інструментарій («витрати – обсяг – прибуток», матриці БКГ, «товар – ринок», моделі ADL/LC (Life Cycle – життєвий цикл) проведення аналітичної роботи при здійсненні контролю та аудиту маркетингової діяльності підприємства; 4. Мати знання до ідентифікації ризиків маркетингової діяльності. 5. Володіти методикою та методами проведення аудиту зовнішнього середовища, товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства; 6. Знати об'єкти контролю затрат за складовими розділів плану маркетингу та інструментарій виявлення розривів (GAP-аналіз); 7. Вміти охарактеризувати основні ознаки класифікації ринків та їх особливості у використанні маркетингу.

<p>Структура курсу</p>	<p style="text-align: center;"><i>Змістовий модуль 1.</i></p> <p style="text-align: center;">Теоретико-методичні засади маркетингу як науки та практичної діяльності</p> <p>Тема 1.1. Соціально-економічна сутність маркетингу. Тема 1.2. Середовище маркетингу. Тема 1.3. Дослідження товарного ринку. Тема 1.4. Дослідження поведінки споживачів.</p> <p style="text-align: center;"><i>Змістовий модуль 2.</i></p> <p style="text-align: center;">Відбір цільових сегментів ринку, складові елементи товарної та цінової політики</p> <p>Тема 2.1. Сегментація ринку. Тема 2.2. Товарна політика в системі маркетингу. Тема 2.3. Цінова політика в системі маркетингу.</p> <p style="text-align: center;"><i>Змістовий модуль 3.</i></p> <p style="text-align: center;">Інструментарій маркетингової збутової та комунікаційної політики, організаційно-управлінські засади маркетингу</p> <p>Тема 3.1. Збутова політика в системі маркетингу. Тема 3.2. Комунікаційна політика в системі маркетингу. Тема 3.3. Складові системи управління маркетингом (організаційні структури управління, план маркетингу, стратегії маркетингу, інформаційно-облікова система). Тема 3.4. Контроль та аудит маркетингу.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання: розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу; пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в онлайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
<p>Рекомендовані</p>	<p>1. Абаев А.Л., Алексунина В.А., Гуриевой М.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров / Под ред.</p>

джерела інформації

- А.Л. Абаева. М.: Дашков и К°, 2019. 433 с.
2. Армстронг Г. Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2019. 752 с.
3. Иванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Як стати хорошим менеджером з маркетингу. 2018. 406 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – М.: Вильямс, 2019. 496 с.
6. Робочий зошит до проведення практичних занять, виконання самостійної роботи та ІНДЗ з дисципліни «Маркетинг» спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 281 «Публічне управління та адміністрування» / Укладачі: О.М. Варченко, І.В. Артімонова, І.О. Герасименко, К.В. Ткаченко. Біла Церква, 2020. 533 с.
7. Методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Маркетинг» здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей: 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 281 «Публічне управління та адміністрування» / укладачі О.М. Варченко, І.В. Артімонова, І.О. Герасименко. Біла Церква: БНАУ, 2020. 60 с.