



Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**МАРКЕТИНГ**  
ОП «ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-13	Маркетинг	Вибіркова дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	3	5	5	диф. залік

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** очна (денна), заочна.

**Види навчальних занять:** лекція, практичне заняття, консультація.

**Методи навчання:** словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

**Оцінювання:** поточне, модульне, підсумкове.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК03. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК06. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

ЗК07. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК10. Здатність працювати у команді.

ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

**Спеціальні (фахові) компетентності:**

СК09. Здатність здійснювати ефективні комунікації.

СК10. Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.

СК11. Здатність підтримувати належний рівень знань

**Програмні результати навчання (ПР)**

ПР12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності.

ПР16. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПР20. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані фінансові рішення.

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, завдання для проведення письмових модульних контрольних робіт, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Система і характеристики сучасного маркетингу. Маркетингові дослідження. Ринкова сегментація та позиціонування. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Розповсюдження товарів. Маркетингова політика комунікацій. Управління маркетингом. Особливості міжнародного маркетингу.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проєктів, творчих завдань, тощо; для модульного контролю у вигляді письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо; для підсумкового контролю проведення диференційованого заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Модульний контроль передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

#### **Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль = 30 балів.

Самостійна робота = 10 балів.

Модульний контроль = 20 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

#### **Рекомендована література:**

1. Божкова В.В., Башук Т.О. *Мерчандайзинг: Навчальний посібник*. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. 125 с.

2. Дорошенко Г.О. *Маркетинг: навч. посіб.* Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.

3. *Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студентів ВНЗ* / Захарченко П.В. та ін. К.: КНУБА, 2016. 143 с.

4. *Маркетингові комунікації: навч. посіб. для студентів* / [П.В. Захарченко та ін.]. К.: КНУБА, 2016. 151 с.

5. Парсяк В.Н. *Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник* / В.Н. Парсяк. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 324 с.

6. Попова Н.В. *Маркетинг: підручник* / Н.В. Попова. Харків: В справі, 2016. 298 с.

**Викладач:** Серкутан Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент

**Гарант освітньої програми:**

**Антонова Олена Михайлівна,**  
кандидат економічних наук, доцент  
кафедри фінансів, обліку та  
фундаментальних економічних дисциплін.

