



**Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Маркетинг у галузях та сферах діяльності
ОП «Маркетинг»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-11	Маркетинг у галузях та сферах діяльності	Вибіркова навчальна дисципліна	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):

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

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: Особливості маркетингу у сферах матеріального та нематеріального виробництва. Маркетинг в системі АПК. Сутність та значення екологічного маркетингу в сучасних умовах. Сутність інформаційного маркетингу. Маркетинг туризму. Маркетинг освітніх послуг. Банківський маркетинг. Політичний маркетинг: поняття, функції і види

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 проектів, 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. Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. *Маркетинг: навчальний посібник. Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України».* Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
2. Буднікевич, І.М. *Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навч. посіб./ За ред. Буднікевич І.М. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 536 с.*
3. Зіновчук Н. В., Пащенко А.В. *Екологічний маркетинг : навчальний посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.*
4. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. *Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.*
5. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К, КМ-Букс. 2018. 208 с.*
6. Лютий І. О., Солодка О.О. *Банківський маркетинг: підручн. [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Центр учбової літератури, 2010. 776 с.*
7. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. *Основи маркетингу у туризмі : підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.*
8. *Маркетинг в галузях і сферах діяльності [Текст]: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання / уклад. В.О. Морохова, Н.В. Герасимяк, І.Ф. Лорві. Луцьк : Луцький НТУ, 2018. – 124 с.*
9. Нагапетьянц, Н.А. *Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учеб. пособие / За ред. Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2007. – 272 с.*
10. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. *Маркетинг: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.*
11. Рега М. Г., Чучка І. М. *Маркетинг галузей : навчальний посібник. Мукачево : РВЦ МДУ, 2015. - 228 с.*
12. Ткачук С.В. *Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. напрямів підготовки 6.030507 "Маркетинг", 6.030302 "Реклама та зв'язки з громадськістю" (у харчовій промисловості) денної та заочної форм навч. / С.В. Ткачук, В.О. Стахурський – К.: НУХТ, 2015.148 с.*

Викладач: Єрмошенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
PhD, кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування

