

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Сучасні види маркетингу»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень	бакалавр		
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр	1		
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни	нормативна		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	26	-	36	-	58

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	БАЗОВИЙ
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Поведінка споживачів. 2. Групова динаміка і комунікації. 3. Практикум рекламної презентації. 4. Маркетингова політика. 5. Маркетинговий менеджмент.
<b>Мета курсу:</b>	формувати та розвивати у студентів загальні і професійні компетентності у сфері маркетингу, які є необхідними для вирішення професійних завдань щодо застосування новітнього маркетингового інструментарію.

#### Компетентності відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)
<p><b>ЗК 4.</b> Комунікативні навички: здатність до ефективної взаємодії з іншими людьми; до подання складної інформації у зрозумілий спосіб усно і письмово.</p> <p><b>ЗК 9.</b> Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.</p>	<p><b>ПП 5.</b> Здатність до генерації ідей, нестандартних підходів і рішень, творчої діяльності, конструктивного мислення; формування рекламних звернень, інноваційних маркетингових пропозицій.</p> <p><b>ПП 12.</b> Здатність до організації рекламного процесу, сприяння активізації споживачів, покупців і посередників.</p> <p><b>ПП 13.</b> Здатність до інноваційного мислення, ініціювання, регулювання і стимулювання інноваційної маркетингової діяльності підприємства, розробки та реалізації інноваційних маркетингових проектів.</p>

#### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми (програмні результати навчання – ПРН)

<b>ПРН 5.</b> Здатність аналізувати фінансово-економічні результати господарської діяльності підприємства та формувати шляхи підвищення її ефективності; творчо вирішувати економічні, організаційні та виробничі завдання господарської діяльності; розв'язувати якісні та кількісні задачі та приймати обґрунтовані управлінські рішення в процесі управління маркетинговою діяльністю.
---

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. НЕСТАНДАРТНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГУ.</b>			
Тема 1. <b>Класифікація видів сучасного маркетингу.</b> <b>Знати:</b> загальну характеристику нестандартних видів маркетингу <b>Вміти:</b> ідентифікувати ситуації, в яких слід застосовувати нестандартні методи маркетингу	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, Ділова гра : «Вгадати товар за видом попиту»

<u>Формування компетенцій:</u> ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,5,6-10	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, ситуаційна задача «Концепція маркетингу», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 2. Латеральний маркетинг</b> <u>Знати:</u> особливості впливу культурних і соціальних факторів, належності до соціального класу, родини та ситуативних чинників на поведінку споживачів <u>Вміти:</u> визначати вплив внутрішніх факторів на поведінку споживачів <u>Формування компетенцій:</u> ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,2,5,6-10	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, навчальна дискусія. Ділова гра «Слова навпаки». Ділова гра «Протилежності».
	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Максимізації результатів виходу за рамки звичайного мислення»
<b>Тема 3. Івент маркетинг</b> <u>Знати:</u> характеристику чинників зовнішнього середовища, які впливають на формування поведінки споживачів; суть мікроекономічного підходу до моделювання поведінки споживачів; особливості психологічного, соціологічного та інтегрованого підходів до вивчення поведінки споживачів. <u>Вміти:</u> визначати вплив зовнішніх факторів та застосовувати персональний вплив на поведінку споживача. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,2,5,6-10	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, Кейс за мультиплікаційним фільмом «Мадагаскар»
	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Групове виконання завдання на організацію івент-заходу. Модульний контроль 1
<b>Тема 1. Класифікація видів сучасного маркетингу.</b> <b>Тема 2. Латеральний маркетинг</b> <b>Тема 3. Івент маркетинг</b>	Самостійна робота	1-6	1. Маркетинг високих технологій 2. Парадокси маркетингу 3. Альтернативний маркетинг 4. Структурування архіву ідей латеральних маркетингових зрушень; 5. Методи креативного мислення Едварда де Боні. 6. Професійні вимоги до івент-менеджерів 7. Причини та приклади невдало проведених івент - заходів 8. Особливості організації івент - заходів для людей похилого віку/ для молоді/ для дітей/ для студентів
<b>Розділ 2. ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ</b>			
<b>Тема 4. Нейромаркетинг.</b> <u>Знати:</u> складові процесу прийняття рішення індивідуальним споживачем; процес усвідомлення потреби; процес оцінки і вибору альтернатив; післякупівельний дисонанс <u>Вміти:</u> впливати на процес прийняття рішення споживачем про покупку певних товарів/послуг, використовуючи широку гаму	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, Обговорення ситуації «Чому ми приймаємо бажання за щастя»
	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

професійних методів управління поведінкою споживачів <u>Формування компетенцій:</u> ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-10	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 5. Сенсорний маркетинг. <u>Знати:</u> алгоритм процесу прийняття рішення індустріальним споживачем; специфіку і модель поведінки індустріальних споживачів; процес організаційної закупівлі. <u>Вміти:</u> обґрунтовувати вибір засобів впливу на окремі етапи процесу споживчого рішення споживачів <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-10	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, навчальна дискусія, Обговорення ситуації «Сполучуваність і перетворення кольорів»
	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, Обговорення ситуації «тест Люшера в маркетингу»; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Модульний контроль 2
Тема 4. Нейромаркетинг. Тема 5. Сенсорний маркетинг.	Самостійна робота	7-12	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мультисенсорні процеси переробки інформації</li> <li>2. Дослідження реакцій мозку на конкретні маркетингові стимули</li> <li>3. Приклади застосування кольорів у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами</li> <li>4. Приклади застосування звукосемантики у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами</li> <li>5. Приклади застосування аромерчандайзінга у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами</li> <li>6. Модель досягнення сенсорного впливу Бернда Шмітту</li> </ol>
<b>Розділ 3. ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ</b>			
Тема 6. Buzz-маркетинг . <u>Знати:</u> процедуру вимірювання емоційної, пізнавальної та поведінкової реакції споживачів за допомогою кількісних методів; особливості аналізу прихильності до торгової марки; рівень прихильності, рівень притягнення. <u>Вміти:</u> застосовувати кількісні методи дослідження поведінки споживачів; методи вимірювання задоволеності/незадоволеності. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання:</u> ПРН5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,2, 4,5,6-10	Лекція 13	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.
	Лекція 14	14	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 7. Вірусний і партизанський маркетинг. <u>Знати:</u> сутність і принципи Buzz-маркетингу; основні цілі, завдання вірусного і партизанського маркетингу	Лекція 15	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни

<b>Вміст:</b> застосовувати технологію Buzz-маркетингу; застосовувати прийоми і методики управління просуванням за допомогою вірусного і партизанського маркетингу. <b>Формування компетенцій:</b> ЗК4, ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <b>Результати навчання:</b> ПРН5 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,4,5,6-10	Лекція 16	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Модульний контроль 3
Тема 6. <b>Buzz-маркетинг.</b> Тема 7. <b>Вірусний і партизанський маркетинг.</b>	Самостійна робота	13-18	1. Приклади застосування Pass-along технології як засобу впливу на споживача 2. Приклади застосування Undercover технології як засобу впливу на споживача 3. Приклади застосування моделі "інформації за запитом" як засобу впливу на споживача 4. Відмінність Word of Mouth від інших способів просування товару

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Microsoft PowerPoint – візуалізація даних
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=1973>

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.- [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1656\\_31348223.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf)
3. Buzz-marketing [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://expolady.com.ua/work/2/buzz-marketing>
4. Особливості створення інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.lntu.info/book/fb/pep/2012/12-40/page12.html>.
5. Партизанський маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.partizanmarketing.in.ua/?page\\_id=31](http://www.partizanmarketing.in.ua/?page_id=31).
6. Сучасні види інноваційного маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://studme.com.ua/1951110515080/marketing/traditsionnye\\_sposoby\\_prodvizheniya\\_produktsii\\_internete.html](http://studme.com.ua/1951110515080/marketing/traditsionnye_sposoby_prodvizheniya_produktsii_internete.html).

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

### КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ</b>	<i>Робота на лекціях, у т.ч.:</i>	

<b>КОНТРОЛЬ</b>	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала	
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1,5 бали	
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала	
	<b>Робота на практичних заняттях, у т.ч.:</b>		
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала	
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)	за кожну презентацію максимум 10 балів	
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала	
• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали		
• участь у діловій грі	за кожну участь 3 бали		
<b>РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)</b>	Модульний контроль № 1 «Споживча поведінка та чинники, які на неї впливають»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
	Модульний контроль № 2 «Процес прийняття рішень споживачами та поведінкова реакція споживачів»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
	Модульний контроль № 3 «Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів	
<b>Додаткова оцінка</b>	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри	
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ залік</b>	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці	
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка / запис в екзаменаційній відомості</b>
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)

	дисципліни, що вивчається.		
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>