

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

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
	8	240	44	-	60	-	136

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

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

Освітні компоненти, які передують вивченню	БАЗОВИЙ
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Поведінка споживачів. 2. Маркетингові комунікації. 3. Маркетингова політика. 4. Організація торгівлі та торгівельна діяльність. 5. Маркетинговий менеджмент. 6. Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика.
<b>Мета курсу:</b>	надання студентам необхідних теоретичних знань з основ маркетингу, що сприяє формуванню маркетингового мислення, напрацюванню практичних навичок управління маркетинговою діяльністю фірми.

#### Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p><b>ЗК 5.</b> Проактивне бачення: здатність моделювати розвиток подій і обирати бажаний; ідентифікувати ключові фактори тієї або іншої ситуації, визначати як вони взаємодіють і які з них вимагають найбільшої уваги</p> <p><b>ЗК 7.</b> Етичні установки: дотримання етичних принципів з погляду професійної чесності та вміння спілкуватись у колективі</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 1.</b> Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою та комунікаційною політикою, товарорухом.</p> <p><b>ПП 3.</b> Здатність кваліфіковано, професійно, зі знанням справи виконувати роботу, відповідно до посадових обов'язків, ефективно застосовувати технічні прийоми конкретної фахової діяльності..</p>

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

<p><b>ПРН 6.</b> Здатність формувати маркетингову та цінову політику підприємства та розробляти напрями її удосконалення, приймати нестандартні маркетингові рішення.</p> <p><b>ПРН 7.</b> Здатність виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи, гнучкість та креативність мислення, вміння застосовувати інноваційні підходи у маркетинговій діяльності.</p> <p><b>ПРН 8.</b> Здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; використовувати в маркетинговій діяльності інформаційно-комунікаційні технології та програмні продукти, необхідні для організації маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p><b>ПРН 9.</b> Здатність розробляти бізнес-плани й маркетингові стратегії та перспективні й поточні плани маркетингової діяльності, розробляти стратегічні маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства.</p> <p><b>ПРН 10.</b> Здатність розробляти заходи для стимулювання збуту; аналізувати результати збутової політики; рекламних кампаній та готувати презентації щодо маркетингової діяльності.</p> <p><b>ПРН 11.</b> Здатність готувати плани розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій; досліджувати канали розподілу та розробляти схеми постачання товару до кінцевого споживача.</p>
---

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
-----------------	-----	------------------	---

	заняття		
<b>Розділ 1. СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ</b>			
<p>Тема 1. <b>Сутність маркетингу, сучасна концепція, класифікація і характеристики</b>  <b>Знати:</b> сутність маркетингу та основні гіпотези, на яких він базується; основні цілі та принципи маркетингу; функції маркетингу та їхній зміст; основні тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу.  <b>Вміти:</b> проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу; здійснювати сегментацію ринку з метою виявлення і задоволення потреб споживачів.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК9, ППЗ.  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4,7-11.</p>	<b>Лекція 1</b>	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	2	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 2. <b>Класифікація і характеристики маркетингу</b>  <b>Знати:</b> класифікацію і характеристики маркетингу, особливості міжнародного маркетингу для вітчизняних підприємств;  <b>Вміти:</b> застосовувати різні види маркетингу в залежності від видів попиту, кінцевої мети і способів досягнення;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ППЗ.  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4,7-11.</p>	<b>Лекція 2</b>	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 4	3	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 3. <b>Маркетингове середовище</b>  <b>Знати:</b> фактори впливу на середовище функціонування підприємства; різні методи аналізу середовища функціонування підприємства;  <b>Вміти:</b> сканувати середовище функціонування підприємства і отримувати інформацію про соціальні, економічні, технологічні та регулятивні фактори впливу на діяльність підприємства; застосовувати різні методи аналізу середовища функціонування підприємства.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК9, ППЗ.  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,7-11.</p>	<b>Лекція 3</b>	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	4	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 4</b>	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	4	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 7	5	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування.
<p>Тема 4. <b>Маркетингові дослідження</b>  <b>Знати:</b> напрямки і етапи, методи проведення маркетингових досліджень; основні методи збору маркетингової інформації; принципи формування маркетингової інформаційної системи.  <b>Вміти:</b> збирати інформацію за допомогою: опитування, спостереження, експерименту та панельних досліджень; обробляти отриману інформацію; формувати маркетингову інформаційну систему на підприємстві;</p>	<b>Лекція 5</b>	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	5	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 6</b>	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	6	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.

<p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ППЗ.  <b>Результати навчання:</b> ПРН8.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,5,7.</p>	<b>Лекція 7</b>	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	6	Усне опитування, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 11	7	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач, тестування.
<p>Тема 5. <b>План маркетингу підприємства</b>  <b>Знати:</b> процес стратегічного маркетингу та етапи його планування;  <b>Вміти:</b> складати план маркетингу підприємства;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ППЗ.  <b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН9.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2,4,14.</p>	<b>Лекція 8</b>	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12	7	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією, вирішення практичних задач, тестування.
	Практичне заняття 13	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 9</b>	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 15	9	Проведення модульного контролю №1
<p>Тема 1. <b>Сутність маркетингу, сучасна концепція, класифікація і характеристики.</b>  Тема 2. <b>Класифікація і характеристики маркетингу</b>  Тема 3. <b>Маркетингове середовище</b>  Тема 4. <b>Маркетингові дослідження</b>  Тема 5. <b>План маркетингу підприємства</b></p>	Самостійна робота	1-9	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Еволюція змісту і концепції маркетингу.</li> <li>2. Розвиток комплексу маркетингу: від «4Р» до «7Р».</li> <li>3. Сучасні види маркетингу.</li> <li>4. Тенденції сучасного маркетингу.</li> <li>5. Нормативно-правова база маркетингової і рекламної діяльності в Україні.</li> <li>6. Маркетинг за видами попиту.</li> <li>7. Особливості міжнародного маркетингу.</li> <li>8. Чинники макросередовища та їх вплив на діяльність виробника.</li> <li>9. Мікросередовище та його значення у маркетинговій діяльності.</li> <li>10. Методи аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.</li> <li>11. Етика і соціальна відповідальність у маркетингу.</li> <li>12. Маркетингові інформаційні системи.</li> <li>13. Види і напрямки маркетингових досліджень.</li> <li>14. Методи збирання даних за допомогою опитування</li> <li>15. Стан та тенденції розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні.</li> <li>16. Панельні дослідження в маркетингу.</li> <li>17. Система маркетингового планування. Рівні і види планів.</li> </ol>

			18. Етапи стратегічного планування. 19. SWOT-аналіз в стратегічному плануванні. 20. Маркетингові та бізнес-плани: сутність, цілі та аудиторії.
<b>Розділ 2. ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ</b>			
<p>Тема 1. <b>Маркетингова товарна політика</b>  <b>Знати:</b> принципи і складові маркетингової товарної політики;  <b>Вміти:</b> визначати основні показники товарного асортименту;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП1-ПП6.  <b>Результати навчання:</b> ПРН1, ПРН3- ПРН6, ПРН18.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,4,6,7,11.</p>	<b>Лекція 1</b>	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, вирішення задач, доповідь-презентація за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	<b>Лекція 2</b>	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 3</b>	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
<p>Тема 2. <b>Маркетингова цінова політика</b>  <b>Знати:</b> основні правила та методи маркетингового ціноутворення.  <b>Вміти:</b> розраховувати початкову орієнтовну ціну продукції та точку беззбитковості за допомогою різних методів;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.  <b>Результати навчання:</b> ПРН6, ПРН7.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,4,6,7,11.</p>	<b>Лекція 4</b>	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 5</b>	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	<b>Лекція 6</b>	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування.
<p>Тема 3. <b>Маркетингова політика продажу</b>  <b>Знати:</b> функції і види маркетингових каналів збуту, типи підприємств роздрібною торгівлі;  <b>Вміти:</b> вибирати канали збуту та прогнозувати обсяги продажу;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.  <b>Результати навчання:</b> ПРН6, ПРН7.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,4,6,7,11.</p>	<b>Лекція 7</b>	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
	<b>Лекція 8</b>	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення

			практичних задач, тестування.
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
<p>Тема 4. <b>Маркетингова політика просування.</b>  <b>Знати:</b> складові комплексу просування;  <b>Вміти:</b> вибирати канали збуту та прогнозувати обсяги продажу, планувати програму просування відповідно до етапу життєвого циклу товару;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.  <b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН10.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,4,6,7-11.</p>	<b>Лекція 9</b>	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування.
	<b>Лекція 10</b>	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11	11	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування
	<b>Лекція 12</b>	11	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12	12	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування
<p>Тема 5. <b>Організація і контроль маркетингу</b>  <b>Знати:</b> фази реалізації і контролю як заключні стадії процесу маркетингу;  <b>Вміти:</b> розробляти план маркетингу підприємства і оцінювати ефективність його реалізації.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК5, ЗК7, ЗК9, ПП1, ПП3.  <b>Результати навчання:</b> ПРН7, ПРН10, ПРН11.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1,3,4,6,7,11.</p>	<b>Лекція 13</b>	12	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування
	<b>Лекція 14</b>	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування
	Практичне заняття 15	14	Проведення модульного контролю №2
<p>Тема 1. <b>Маркетингова товарна політика</b>  Тема 2. <b>Маркетингова цінова політика</b>  Тема 3. <b>Маркетингова політика продажу</b>  Тема 4. <b>Маркетингова політика просування</b>  Тема 5. <b>Організація і контроль маркетингу</b></p>	Самостійна робота	1-14	<ol style="list-style-type: none"> <li>Життєвий цикл товарів: маркетингові цілі та заходи на кожному його етапі.</li> <li>Класифікація нових товарів. Етапи створення нового товару.</li> <li>Поняття якості та конкурентоздатності товарів.</li> <li>Стратегії ціноутворення : на нові товари, товарну номенклатуру, корегування цін.</li> <li>Технології цінових переговорів.</li> <li>Групи цін згідно міжнародних правил «Інкотермс».</li> <li>Цінова дискримінація і юридичне регулювання цін.</li> <li>Глобальні розподільчі мережі майбутнього.</li> <li>Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) в Україні.</li> <li>Класифікація підприємств торгівлі.</li> <li>Сутність збутової логістики.</li> <li>Чинники, які впливають на структуру комплексу комунікацій.</li> <li>Функції і види реклами.</li> <li>Персональні продажі: особливості використання у сучасному маркетингу.</li> <li>Методи визначення бюджету просування.</li> <li>Теорії і типи покупців.</li> </ol>

- 16. Особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві.
- 17. Види організаційних структур маркетингу. Переваги і недоліки.
- 18. Процес стратегічного маркетингу. Використання чітких кількісних і якісних показників.
- 19. Створення корпоративної стратегії. Визначення корпоративних цілей.
- 20. Методи визначення ефективності маркетингу.

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних
- Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних:
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://dl.dut.edu.ua>

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. 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. Навчально-методичні матеріали в системі Moodle: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1656>
2. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник / О.В.Виноградова. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
3. Примак Т. О. Маркетинг. Навчальний посібник / Т.О.Примак. – Київ: МАУП. – 2004. – 228 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1235>
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Ф.Котлер. – Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»). <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1237>
5. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1232>
6. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_796\\_67558907.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf)
7. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1707\\_97507936.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf)
8. Журнал "Маркетинг в Україні" Сайт - <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
9. Журнал "Marketing Media Review" Сайт - <http://mmr.net.ua/>
10. Журнал "Новый маркетинг" Сайт - <http://marketing.web-standart.net/>
11. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>

## 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.

## КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання	
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<b>Робота на лекціях, у т.ч.:</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 бал	
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,5 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 «Сучасна концепція маркетингу»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 25 балів	
	Модульний контроль № 2 «Формування комплексу маркетингу»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 25 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	
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано 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 стосується 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>5-8</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	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої	Добре / Зараховано (С)

	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 дисципліни, що вивчається.	програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	
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 усувати 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>