



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Маркетинг

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

## Ляшко Ірина Ігорівна

к.н.держ.упр., доцент

Liashko.i@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**7**

кредити ЄКТС  
(210 годин)

**96**

годин контактна робота з викладачем  
(48 годин лекцій;  
48 годин семінарських занять)

**114**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисциплін «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Менеджмент»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування системи теоретичних знань та практичних навичок з організації, планування, реалізації і контролю маркетингової діяльності сучасного підприємства

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Маркетинг як ринкова концепція управління

- Тема 1. Сутність і система маркетингу
- Тема 2. Маркетингове середовище
- Тема 3. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації
- Тема 4. Стратегічне планування в маркетинговій діяльності

### Модуль 2. Комплексне дослідження ринку в системі маркетингу

- Тема 5. Споживчі ринки та поведінка покупців
- Тема 6. Характеристика ринку підприємств
- Тема 7. Сегментування ринку та позиціонування товару

### Модуль 3. Система управління комплексом маркетингу

- Тема 8. Товар в маркетинговій діяльності
- Тема 9. Ринкова кон'юнктура і розробка цінової політика підприємства
- Тема 10. Система товароруку в маркетингу
- Тема 11. Комунікаційна політика в системі маркетингу

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань в сфері маркетингу;
- вміння збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання аналітичного і методичного інструментарію ;



## Донецький державний університет управління

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань, в т.ч. індивідуального.

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 30 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 30 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 25 балів.
- Виконання творчого завдання (реферати) – ~ 15 балів.
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

#### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Зараховано	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Зараховано	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Не зараховано	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### **Основна література:**

1. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг: навчальний посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
2. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний зміст: монографія /за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В.Карпенка. Київ: ЦУЛ, 2016. 252 с.
3. Падерін І.Д., Сорока К.О., Комарова К.В. Маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: ДДФА, 2015. 260 с.
4. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: УМСФ, 2016. 362 с.

### **Англомовні видання:**

1. Day Teremy, Robinson Nick. Cambridge English for Marketing. Cambridge University: Press, 2010. 143 p.
2. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management, Global Edition: Pearson, 2015. 832 p.
3. Weber larry. Authentic Marketing: How to Capture Hearts and Minds Through the Power of Purpose: Wiley, 2019. 162 p.

### **Інтернет джерела**

1. «Маркетинг і реклама» - український професіональний журнал: веб-сайт. URL: <http://www.mrg.com.ua>
2. Маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (обрій маркетинг): веб-сайт. URL: <http://www.obriy-marketing.kiev.ua>
3. Українська асоціація маркетингу: веб-сайт. URL: <http://uam.iatp.org.ua>