

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
ЖИТОМИРСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ**

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор

Житомирського економіко-
гуманітарного інституту



Катерина

ШАФРАНОВА

«02» вересня 2024 р.

СИЛАБУС

**ОК 2.11 ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ І МАРКЕТИНГОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ**

Освітньо-професійна програма Менеджмент
(назва освітньої програми)
освітнього рівня бакалавр
(назва освітнього рівня)
галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва галузі знань)
Спеціальність 073 Менеджмент
(шифр і назва спеціальності(тей))
Житомирський економіко-гуманітарний інститут
Обсяг, кредитів: 4 (120 год.)
Форма підсумкового контролю: іспит

Житомир – 2024 рік

**ІНФОРМАЦІЯ
ПРО ВИКЛАДАЧА ТА ДОПОМІЖНИХ ОСІБ**

Викладач	<i>Кутліна Ірина Юріївна, кандидат технічних наук, доцент кафедри</i>
Асистент викладача	
Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання	
Профайл викладача	https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=38130
Профайл асистента	
Канали комунікації	<i>Телефон: 050 751 24 00 Електронна пошта: kaf_mentur@ukr.net</i>
Матеріали до курсу розміщені на сайті Інтернет- підтримки освітнього процесу http://vo.ukraine.edu.ua/ за адресою	https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=14267

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній / освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Загальний обсяг кредитів – 4	Галузь знань <u>07 Управління та адміністрування</u> (шифр і назва)	Вид дисципліни обов'язкова (обов'язкова чи за вибором здобувача освіти)	
	Спеціальність <u>073 Менеджмент</u> (шифр і назва)	Цикл підготовки професійний (загальний чи професійний)	
Модулів – 1	Спеціалізація <u>непередбачена</u> (назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Індивідуальна навчально-дослідна робота _____ проєкт _____ (назва)	Мова викладання, навчання та оцінювання: <u>українська</u> (назва)	Семестр	
Загальний обсяг годин – 120		4-й	4-й
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 3 самостійної роботи здобувача освіти – 5 Відсоток аудиторних занять становить: для денної форми здобуття освіти – 38,0% для заочної форми здобуття освіти – 20%	Освітній / освітньо-професійний ступінь: <u>Бакалавр</u>	Лекції	
		30 год	6 год
		Практичні, семінарські	
		16 год	4 год
		Лабораторні	
		- год	- год
		Самостійна робота	
		56 год	92 год
ІНДЗ: 18 год			
Вид семестрового контролю: іспит			

ПРИМІТКА.

Програма дисципліни виконується в повному обсязі незалежно від форми здобуття освіти. Аудиторне навантаження заочної форми становить: 1-2 курси навчання ОС «бакалавр» – 20% від аудиторного навантаження денної форми здобуття освіти; 3-4 курси ОС «бакалавр» – 25% від аудиторного навантаження денної форми здобуття освіти.

Здобувачі освіти заочної форми здобуття освіти мають виконати 100% програми дисципліни, тобто виконати всі практичні, лабораторні, контрольні роботи, заплановані програмою дисципліни, і прикріпити їх на платформу Інтернет-підтримки освітнього процесу Moodle, а теоретичний матеріал опанувати за наявними матеріалами до лекцій (за винятком вступної ознайомчої лекції). під час сесії для заочної форми здобуття освіти проводять вступні лекції, консультації та контрольні заходи (заліки та іспити).

Задля підтримки здобувачів освіти заочної форми для здобуття ними всіх запланованих освітньою програмою компетентностей і програмних результатів навчання університет надає додаткову можливість бажаючим здобувачам освіти заочної форми доєднатись за розкладом до аудиторних занять здобувачів освіти денної форми.

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: формування у майбутніх менеджерів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок із урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства; засвоєння методів аналізу ринку, конкурентного середовища та споживчої поведінки, опанування основ маркетингових стратегій і тактик, включаючи розробку комплексу маркетингу (4P: продукт, ціна, місце, просування); розвиток вміння застосовувати маркетингові інструменти для підвищення конкурентоспроможності підприємства, формує практичні навички управління маркетинговими процесами, планування маркетингової діяльності та оцінки її ефективності. Дисципліна допомагає майбутнім фахівцям зрозуміти ринкові тенденції, адаптуватися до змін у бізнес-середовищі та приймати ефективні управлінські рішення.

Завдання: надання знань з питань теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства; вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу, організації та здійснення маркетингових досліджень, сегментування ринку та вибору цільових сегментів; розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу; формування практичних навичок з управління маркетинговими процесами, планування маркетингової діяльності та оцінки її ефективності.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ, ВІДПОВІДНІСТЬ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен

знати: зміст процесів та технології маркетингу; основи маркетингового планування, його організації та здійснення; інформаційне забезпечення процесу управління маркетинговою діяльністю; механізми, засоби та інструменти практичної реалізації процесу прийняття рішень споживачем, методи оцінки ефективності маркетингової діяльності та її впливу на досягнення цілей підприємства, принципи управління маркетинговими командами і впровадження інновацій у маркетинг.

вміти: визначати місію і цілі підприємства у маркетинговому середовищі; організовувати ефективні рекламні комунікації; використовувати сучасні методи вивчення ринку та методи впливу на прийняття рішень споживачем; формувати ефективні маркетингові плани, формувати та впроваджувати маркетингові стратегії для досягнення довгострокових і короткострокових цілей підприємства, управляти брендом: створювати стратегію розвитку, формувати його імідж і підтримувати конкурентоспроможність.

Перелік компетентностей та програмних результатів

Загальні компетентності
ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності. ЗК 9. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями. ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 13. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності. ЗК 14. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).
Спеціальні компетентності
СК 1. Здатність визначати та описувати характеристики організації. СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх із факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 3. Здатність визначати перспективи розвитку організації. СК 5. Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту. СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. СК 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації у процесі управління. СК 12. Здатність аналізувати і структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
Програмні результати
ПРН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПРН 9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації в різних сферах діяльності організації. ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

4.2. Структура навчальної дисципліни

4.2.1. Тематичний план

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт														Форми та методи контролю знань
	денна форма							заочна форма							
	Усього	аудиторна					с.р.	Усього	аудиторна					с.р.	
		у тому числі							у тому числі						
		л	се м	пр	лаб	інд			л	се м	пр	лаб	інд		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Модуль 1															
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу															
Тема 1. Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції	13	3		2		2	6	15	2		2		2	1	AP: + CP: +
Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система	13	3		2		2	6	12					2	12	AP: + CP: +
Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	13	3		2		2	6	12					2	12	AP: + CP: +
Тема 4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів	13	3		2		2	6	12					2	12	AP: + CP: +
Разом за змістовним модулем 1	52	12		8		6	24	51	2		1		6	48	
Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингу															
Тема 5. Товарна політика в	13	3		2		2	6	12					2	12	AP: + CP: +

системі маркетингу															
Тема 6. Цінова політика в системі маркетингу	14	4		2		2	6	15	2				2	13	AP:++ CP:++
Тема 7. Політика розповсюдження в системі маркетингу	14	4		2		2	6	13					2	13	AP:++ CP:++
Тема 8. Комунікаційна політика в системі маркетингу	13	4		1		2	6	17	2		2		2	13	AP:++ CP:++
Тема 9. Стратегії маркетингу підприємства	14	3		1		2	6	12					2	12	AP:++ CP:++
Разом за змістовним модулем 2	68	18		8		10	30	69	4		2		10	63	
Усього годин	120	30		16		18	56	120	6		4		18	110	

ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ

5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

5.1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1. За джерелом інформації:

– *словесні*: лекція (традиційна, проблемна тощо) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (презентація PowerPoint), семінари, пояснення, розповідь, бесіда;

– *наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація;

– *практичні*: ситуаційні вправи, тестові завдання, вирішення задач.

2. За логікою передачі і сприйняття навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3. За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4. За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота здобувачів освіти із сучасною літературою та підручниками; виконання індивідуальних навчальних проєктів.

5.2. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

5.3. Інклюзивні методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються спеціальні інклюзивні методи навчання:

- ✓ метод використання цифрового наративу (цифрові тексти, презентації, розповіді, розміщені на блогах, відеокліпи, ігрові квести та ін.);
- ✓ методи забезпечення доступності інформації в різних форматах (збільшений шрифт, електронний формат);
- ✓ методи структурування навчальної інформації за фреймовою моделлю (сегменти у визначеній послідовності виводяться на екран і супроводжуються поясненнями з розкриттям змісту кожного фрейму інформації);
- ✓ методи самостійної роботи (індивідуальна робота та діяльність у групах і парах) базуються на освоєнні певної частини матеріалу за допомогою різних дидактичних і технічних засобів (наочного матеріалу, підручників,

SMART-технологій (мережевих, мобільних, інформаційних технологій; робота в групах, парах використовується на етапах повторення або закріплення (запам'ятовування, застосування) матеріалу).

Методика навчання (як система) – організований набір методів, прийомів, засобів і форм навчання, який використовуються для досягнення освітніх цілей.

Методика є структурованим застосуванням методів – організоване використання різних методів і прийомів, яке обумовлено специфікою освітнього процесу або діяльності. Вона описує як саме, в якій послідовності і в яких умовах застосовуються певні методи для досягнення результату.

Методика навчання може включати в себе різні методи, стратегії, підходи, засоби навчання (аудіовізуальні матеріали, інтернет-ресурси, дидактичні ігри тощо) і системи організації роботи (до прикладу: поетапне вивчення лексики, розвиток навичок письмового та усного мовлення).

Методика викладання навчальної дисципліни — вибір викладачем та застосування методів для ефективного засвоєння матеріалу здобувачами освіти.

Методика навчання для здобувачів освіти з вадами та порушеннями здоров'я має важливі відмінності, які враховують індивідуальні потреби кожного типу порушень і передбачає модифікацію форм роботи та типів завдань для таких здобувачів освіти.

Кожен тип інвалідності має свої специфічні потреби, і тому підхід до навчання має бути адаптованим, щоб забезпечити максимальну ефективність для здобувачів освіти. Враховуючи різні види порушень (порушення слуху, зору, рухової активності, когнітивні порушення тощо), методика вивчення буде різною. Використання адаптованих технологій, інклюзивних методів та індивідуальних підходів дозволяє забезпечити ефективне навчання для всіх здобувачів освіти, незалежно від типу інвалідності.

Методика навчання для здобувачів освіти з вадами слуху

Для здобувачів освіти з вадами слуху основним викликом є відсутність або обмеження слухового сприйняття, що може ускладнити процес вивчення мови через усне спілкування та аудіоматеріали. Адаптованими методиками є:

Жестова мова: Якщо здобувач освіти має ваду слуху та використовує жестову мову як основний засіб комунікації, то вивчення дисципліни проводиться через переклад на жестову мову (із залученням відповідного спеціаліста чи фрагментів відео із дублюючим перекладом на жестову мову), зокрема для усного компоненту. Програми з навчання для таких здобувачів освіти можуть включати використання перекладачів жестової мови під час лекцій.

Субтитри: Всі відеоматеріали, які використовуються на заняттях (фільми, навчальні відео), мають субтитри, що дозволяє здобувачам освіти з вадами слуху ознайомлюватися з мовними структурами та словником.

Адаптовані навчальні матеріали: Використання візуальних методів, таких як ілюстрації, діаграми, картки з лексикою, допомагає краще засвоювати матеріал. Також створюються текстові файли або аудіоматеріали з субтитрами для покращення розуміння контексту.

Практика усного мовлення через письмове спілкування: Оскільки здобувачі освіти нечують мовлення, замість усної практики для такої категорії студентів фокусується увага на письмових завданнях, інтерактивних тестах і вправах, що включають роботу з текстами (письмові відповіді, розпізнавання лексики та граматики через текст).

Методика навчання для здобувачів освіти з вадами зору

У здобувачів освіти з порушеннями зору основною проблемою є труднощі з візуальним сприйняттям інформації, тому методика навчання адаптована до аудіо- та тактильних матеріалів.

Технології для читання з екрану: Використання програм для читання з екрану, таких як JAWS або NVDA, дозволяє здобувачам освіти з порушеннями зору слухати текстовий матеріал. Це забезпечує доступ до електронних підручників, презентацій та інших навчальних ресурсів.

Адаптація навчальних матеріалів: Усі текстові матеріали надаються у форматі для читання з екрану або у шрифті Брайля. Це дає можливість здобувачам освіти не тільки читати, але й активно працювати з навчальними матеріалами.

Озвучення текстів: Використання спеціальних додатків для озвучування текстів або аудіокниг допомагає здобувачам освіти вивчати нові слова та фрази на слух, а також слухати приклади правильного вимовлення.

Аудіовізуальні завдання: Для таких здобувачів освіти використовуються аудіовправи, зокрема з вимови та слухової практики. Це дозволяє розвивати навички аудіювання та вимови, хоча й без візуального сприйняття.

Інтерактивні вправи на слух: Заняття включають завдання, орієнтовані на слухове сприйняття мови (завдання на розпізнавання вимови, на відмінності в інтонації, акценті тощо).

Методика навчання для здобувачів освіти з руховими порушеннями

Здобувачі освіти з руховими порушеннями, як правило, мають фізичні обмеження, які можуть вплинути на їхню здатність використовувати традиційні навчальні засоби, але їхні когнітивні та мовні навички, як правило, не порушені. З цією метою освітній процес відповідно адаптований для зручності та доступності.

Онлайн-навчання та доступ до цифрових матеріалів: Онлайн платформи дозволяють здобувачам освіти з руховими порушеннями навчатися без необхідності фізично перебування в аудиторії, а також допомагають уникнути труднощів із переміщенням.

Інтерфейси з підтримкою доступу: Використання програмного забезпечення та навчальних платформ, що підтримують голосові команди або дають можливість здійснювати навчання за допомогою спеціальних пристроїв

для вводу (як-от пристрої для управління комп'ютером через рухи очей чи голівки).

Адаптація завдань для письмових відповідей: Враховуючи фізичні обмеження, здобувачі освіти можуть використовувати голосові помічники для виконання завдань або адаптовані клавіатури та інші технології для зручного введення тексту. Також враховується обсяг виконаних письмових завдань та швидкість проходження онлайн тестів, написання підсумкових робіт.

Методика навчання для здобувачів освіти з когнітивними порушеннями

Когнітивні порушення можуть включати труднощі з пам'яттю, увагою, сприйняттям інформації. Здобувачі освіти з такими порушеннями потребують адаптованих методик навчання, щоб забезпечити доступність матеріалу та поступове засвоєння нової інформації.

Розбиття матеріалу на малі блоки: Заняття структуруються (матеріал поділяється на малі частини), що дозволяє легше засвоювати інформацію та допомагає зберігати увагу на кожному етапі навчання.

Часті повторення та практичні вправи: Регулярне повторення пройденого матеріалу, використовуючи ігрові методи чи інші інтерактивні вправи.

Візуальні допоміжні засоби: Використання карток із лексикою, діаграм, малюнків допомагає здобувачам освіти з когнітивними порушеннями краще засвоювати мову.

Мультисенсорні підходи: Для здобувачів освіти з когнітивними порушеннями використовуються різні сенсорні канали (слух, зір, дотик), щоб стимулювати запам'ятовування та розуміння.

Методика навчання для здобувачів освіти із психічними порушеннями

Психічні порушення можуть включати депресії, тривожні розлади, посттравматичний стресовий синдром тощо, які можуть негативно впливати на здатність до концентрації, мотивацію та емоційний стан під час навчання.

Індивідуальний підхід: здобувачі освіти з психічними порушеннями потребують більш гнучкого підходу, наприклад, менших навантажень, частих перерв або персоналізованих уроків.

Підтримка в навчанні через терапевтичні методи: Залучення психологів або консультантів до освітнього процесу допомагає здобувачам освіти подолати емоційні труднощі.

Створення безпечного та підтримуючого середовища: Створення атмосфери довіри та підтримки, де здобувач освіти може вільно звернутися за допомогою або адаптувати темп навчання до своїх потреб.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Захарченко П. В., Кутліна І. Ю., Юдічева О. П., Шермет М. М. Інфраструктура товарного ринку. Практикум. – Київ: Вид-во «Центр учбової літератури», 2021. – 152 с.
2. Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій / П. В. Захарченко, О. П. Юдічева, І. Ю. Кутліна. – Київ : КНУБА, 2022.
3. Коваленко О.В. Кутліна І.Ю., Олійник Г.Ю. Рекламна діяльність як складова маркетингових комунікацій: навчальний посібник, К.: Університет «Україна», 2021. – 126 с.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf>
5. Маркетинг послуг: конспект лекцій / укладачі Кутліна І.Ю., Кулік А.В. – К.: Університет «Україна», 2022. 173 с.
6. Маркетингові дослідження: конспект лекцій / укладачі Кутліна І.Ю., Завальнюк К.С. – К.: Університет «Україна», 2022. 103 с.
7. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / П.В. Захарченко, А.А. Самойленко, А.В. Кулік, І.Ю. Кутліна. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234 с.
8. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21558/1/%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%A0_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%94%D0%A0%D0%A3%D0%9A%20%D0%92%D0%90%D0%A0_01.11.2022.pdf
9. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
10. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг : навчальний посібник / А. В. Софієнко., В. В. Шукліна, Р. М. Набока. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
<https://eir.kntu.net.ua/jspui/bitstream/123456789/736/1/%D0%A1%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%94%D0%BD%D0%BA%D0%BE%2C%20%D0%90>

[%20%D0%92.%20%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1.pdf.](#)

Додаткова

1. Герлян Я.С., . Кутліна І.Ю. ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГУ: ВІД ПРОДУКТУ ДО ЦІННОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ// Вісник Університету Україна. Серія: економіка, менеджмент, маркетинг. 2024. №12 (39). С. 34 – 34.
2. Кутліна І.Ю. Вплив пандемії коронавірусу на комплекс маркетингу торговельного підприємства // Університетський вісник. Серія: Економіка, менеджмент, маркетинг. – Київ: Університет «Україна». 2019. - №6 (27) – С.55-70.
3. Кутліна І.Ю. Маркетингова товарна політика оптового підприємства на ринку товарів для дахів та фасадів. Вісник Університету «Україна». Серія: Економіка, менеджмент, маркетинг. 2020. № 5 (32). С. 47-57.
4. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Окремі аспекти поведінки споживача в Україні під час війни// Вісник Університету «Україна» (Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг») журнал. № 8 (35) 2023. С. 59-69.
5. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Товарна політика в системі маркетингу підприємства // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-економічний потенціал України: правове регулювання, проблеми і тенденції розвитку» (Київ, Університет «Україна», 19 травня 2017 р.)
6. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Якість як важливий соціально-економічний аспект маркетингу// Вісник Університету «Україна» (Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг») журнал. № 10 (37) 2024. С. 81-90
7. Кутліна І.Ю., Грищенко Е.М. Конкурентоспроможність продукції меблевої галузі // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-економічний потенціал України: правове регулювання, проблеми і тенденції розвитку» (Київ, Університет «Україна», 19 травня 2017 р.)
8. Кутліна І.Ю., Лобода Ю.С. ДЕЯКІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ І ПІДПРИЄМСТВ //Матеріали Всеукраїнського симпозиуму «Реальний сектор економіки України в умовах невизначеності» (Київ, 04 квітня 2024 року),/ відп. ред. Р.Г.Дубас. Київ, Університет «Україна». - 2024. 183 с., С. 162-164.
9. Кутліна І.Ю., Нестеренко С.С., Іванова К.І. Кейс-метод (Case study) як форма інтерактивного навчання // III International Scientific and Practical Conference “Topical researches of the World Science” (June 28, 2017, Dubai, UAE)

10. Кутліна І.Ю., Попов Р.В. Окремі аспекти розвитку малого бізнесу в умовах воєнного стану // Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 29 жовтня 2022 року): тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ, 2022. 478 с. (С. 75-77).
11. Кутліна І.Ю., Салухіна Н.Г. Окремі аспекти стандартизації в системі підприємництва і торгівлі. Вісник Університету «Україна». Серія: Економіка, менеджмент, маркетинг. 2020. № 5 (32). С. 58-67.
12. Лобода Ю.С., Кутліна І.Ю. Окремі аспекти оптової торгівлі в Україні в умовах воєнного часу// Вісник Університету «Україна» (Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг») журнал. № 9 (36) 2023. С. 28-35.

7.4. Інформаційні ресурси

(нормативна база, джерела Інтернет, адреси бібліотек тощо)

1. Офіційний сайт Національного банку України. Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=44464.
2. Офіційний сайт Державної митної служби України. Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua>.
6. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. Режим доступу: <http://www.mtu.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. Режим доступу: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>.
8. Офіційний сайт Міжнародної торгової палати. Режим доступу: <http://www.iccwbo.org/>.
9. Офіційний сайт Світового Банку в Україні. Режим доступу: <http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine>.
10. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. Режим доступу: <http://www.imf.org/external/data.htm>.
11. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва і розвитку. Режим доступу: <http://www.oecd.org/>.
12. Офіційний сайт ЮНКТАД. Режим доступу: <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>.
13. Офіційний сайт Світового економічного форуму. Режим доступу: <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Теми самостійної роботи здобувачів освіти

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції	6
2	Маркетинг як відкрита мобільна система	6
3	Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	6
4	Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів	6
5	Товарна політика в системі маркетингу	6
6	Цінова політика в системі маркетингу	6
7	Політика розповсюдження в системі маркетингу	6
8	Комунікаційна політика в системі маркетингу	6
9	Стратегії маркетингу підприємства	6

КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ЯКОСТІ НАВЧАННЯ

Оцінювання досягнень здобувача освіти	Навчальна дисципліна оцінюється за модульно-рейтинговою системою. Вона складається з одного модуля і двох змістових модулів. Результати навчальної діяльності здобувачів освіти оцінюються за 100-бальною шкалою в кожному семестрі окремо. За результатами поточного, модульного та семестрового контролів виставляється підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS. Модульний контроль: кількість балів, які необхідні для отримання відповідної оцінки за кожен змістовий модуль упродовж семестру. Семестровий (підсумковий) контроль: виставлення семестрової оцінки здобувачам освіти, які опрацювали теоретичні теми, практично засвоїли їх і мають позитивні результати, набрали необхідну кількість балів (30 балів). Загальні критерії оцінювання успішності здобувачів освіти, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано в таблиці нижче. Кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача освіти на семінарських, практичних, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань. Реферативні дослідження та есе, які виконує здобувач освіти за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях. Модульний контроль знань здобувачів освіти здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.
--	---

Система оцінювання роботи здобувачів освіти упродовж семестру

Вид діяльності здобувача освіти	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль п	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
I. Обов’язкові							
1.1. Робота на практичному занятті	3,5	4	14	5	17		
1.2. Виконання завдань для самостійної роботи	1	4	4	5	5		
1.3. Виконання індивідуальних завдань (ІНДЗ)	15				15		
1.4. Виконання модульної контрольної (МК)	5		5				
Разом		-	23	-	37	-	
Максимальна кількість балів за обов’язкові види роботи: 60							
II. Вибіркові (на вибір здобувача освіти)							
Виконання завдань для самостійного опрацювання							
2.1. Огляд літератури з конкретної тематики	5						
2.2. Участь у науковій студентській конференції	10						
Разом		-		-		-	
Максимальна кількість балів за вибіркові види роботи:							
Всього балів за теоретичний і практичний курс: 60							

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти для ІСПИТУ

Поточне тестування та самостійна робота									Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	40	100
4,5	4,5	4,5	9,5	4,5	4,5	4,5	4,5	19		

Загальна оцінка з дисципліни: шкала оцінювання національна та ECTS

Оцінка за 100-бальною системою		Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ECTS	
		екзамен	залік		
90 – 100	<i>відмінно</i>	5	<i>зараховано</i>	A	<i>відмінно</i>
82 – 89	<i>добре</i>	4		B	<i>добре (дуже добре)</i>
75 – 81	<i>добре</i>	4		C	<i>добре</i>
64 – 74	<i>задовільно</i>	3		D	<i>задовільно</i>
60 – 63	<i>задовільно</i>	3		E	<i>задовільно (достатньо)</i>
35 – 59	<i>незадовільно</i>	2	<i>не зараховано</i>	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>
1 – 34	<i>незадовільно</i>	2		F	<i>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</i>

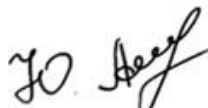
Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	Ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності в розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	Ставиться за вияв здобувачем освіти повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді здобувача освіти наявні незначні помилки.
«задовільно»	Ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхневу обізнаність із основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою. Можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але здобувач освіти спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	Виставляється здобувачу освіти, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхнева, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться здобувачу освіти, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення закладу вищої освіти без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання	<i>Роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається з дозволу навчальної частини за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).</i>
Політика щодо академічної доброчесності	<i>Перевірка навчальних робіт на плагіат (згідно Положення про академічну доброчесність і Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних роботах)</i>
Політика щодо відвідування	<i>Пропущені заняття (лікарняні, мобільність і т.ін.) можна відпрацювати, виконавши всі завдання, зазначені в інструкціях до практичних занять, на корпоративній платформі дистанційного навчання Moodle. Здобувачі вищої освіти можуть самостійно ознайомитись із електронними презентаціями лекцій та іншим матеріалом до курсу при об'єктивних причинах пропуску занять, розміщених на корпоративній платформі дистанційного навчання Moodle.</i>

ПЕРЕВІРЕНО:

В.о. завідувача кафедри
менеджменту та туризму
(посада, звання)


(підпис)

Юлія ДИВИНСЬКА
(прізвище та ініціали)

27 серпня 2024 р.