

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ



СИЛАБУС навчальної дисципліни МАРКЕТИНГ

Статус дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна загально-університетського каталогу
Коди та назви спеціальностей, для яких пропонується навчальна дисципліна	Усі спеціальності, окрім спеціальності D3 «Менеджмент»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС
Терміни вивчення дисципліни	4 семестр (перший півсеместр)
Назва кафедри, яка викладає дисципліну, аббревіатурне позначення	Кафедра економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня ЕП
Мова викладання	Українська

Лектор (викладач)



Канд. екон. наук, доцент
СЕМЕНОВА ТЕТЯНА ВАЛЕРІЙВНА
E-mail: t.v.semenova@ust.edu.ua
<https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2028/p-2/e217>
пр. Науки, 4, кім. 350

Передумови вивчення дисципліни	Базові знання з економічної теорії, менеджменту та економіки, опановані при вивченні відповідних обов'язкових навчальних дисциплін
Мета навчальної дисципліни	Засвоєння знань стосовно базових категорій маркетингу та його методологічних аспектів і сприяння формуванню маркетингового мислення та придбання практичних навичок щодо прийняття управлінських рішень, які спрямовані на вирішення маркетингових проблем фірми та адаптації її діяльності завдяки маркетинговим інструментам до змін у зовнішньому середовищі.
Очікувані результати навчання	ОРН1. Здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин. ОРН2. Визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.

	ОРНЗ. Оцінювати кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва та торгівлі з урахуванням ризиків.
--	---

Види та обсяг навчальної діяльності в академічних годинах

Денна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестри / чверті	
		4	
		1	2
Усього годин за навчальним планом	90	90	-
у тому числі:			
Аудиторні заняття	32	32	-
– лекції	16	16	-
– лабораторні роботи	-	-	-
– практичні заняття	16	16	-
Самостійна робота	58	58	-
– підготовка до аудиторних занять	16	16	-
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12	-
– підготовка та складання екзаменів	-	-	-
– підготовка та складання контрольних робіт	18	18	-
– опрацювання розділів, які не викладаються на лекціях	12	12	-
Форма семестрового контролю		Диф. залік	

Заочна форма освіти

Види навчальної діяльності	Усього	Семестр
		5
Усього годин за навчальним планом	90	90
у тому числі:		
Аудиторні заняття	16	16
– лекції	8	8
– лабораторні роботи	-	-
– практичні заняття	8	8
Самостійна робота	74	74
– підготовка до аудиторних занять	8	8
– виконання та захист індивідуальних завдань	12	12
– опрацювання навчального матеріалу	36	36
– підготовка та складання екзаменів	-	-
– підготовка та складання контрольних заходів	18	18
Форма семестрового контролю		Диф. залік

Зміст дисципліни	Розділ 1. Система і характеристики сучасного маркетингу Розділ 2. Маркетингова товарна та цінова політика Розділ 3. Маркетингова політика продажу та
-------------------------	--

	просування
Контрольні заходи та критерії оцінювання	Оцінки розділів визначаються за 12-бальною шкалою згідно із затвердженими критеріями за результатами індивідуального завдання та контрольних робіт у розрахунково-тестовій формі. Формою семестрового контролю з дисципліни є диференційований залік. Семестрова оцінка визначається як середнє арифметичне оцінок з розділів 1-3 з подальшим переведенням до 100-бальної шкали за визначеною методикою.
Політика викладання	Необхідною умовою отримання позитивної оцінки кожного розділу є відпрацювання відповідних практичних занять. Необхідною умовою отримання позитивної семестрової оцінки з дисципліни за заочною формою навчання є зарахування індивідуального завдання, за яке відповідно до затверджених критеріїв виставляється оцінка «зараховано» / «не зараховано». Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни дорівнює семестровій. Оскарження процедури та результатів оцінювання розділів та семестрового оцінювання з боку здобувачів освіти здійснюється у порядку, передбаченому «Положенням про організацію освітнього процесу в УДУНТ». Порушення академічної доброчесності з боку здобувачів освіти, які, зокрема, можуть полягати у користуванні сторонніми джерелами інформації на контрольних заходах та фабрикації результатів досліджень, що здійснюються під час виконання лабораторних робіт, тягнуть відповідальність у вигляді повторного виконання завдань та повторного проходження процедури оцінювання.
Засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу для проведення лекцій та практичних занять
Навчально-методичне забезпечення	Основна література: 1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 720 с. 2. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. Пер. с англ. Київ: «Науковий світ», 2023. 622 с. 3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Науковий світ, 2022. 880 с. 4. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадяк Ж.В., друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. 5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. 6. Сомова Л.І. Маркетинг. Частина 1: Навчальний посібник. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2007. 52 с.

7. Сомова Л.І. Маркетинг. Частина 2: Навчальний посібник. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2007. 60 с.
8. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ, 2012. 612 с.

Допоміжна література

9. Котлер Ф. Маркетинг 4,0 Від традиційного до цифрового. Київ: Країна мрій, 2018. 224 с.
10. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. Київ: КНЕУ, 2007. 408 с.
11. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД "Університетська книга", 2005. 234 с.
12. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ: Основа, 1997. 451 с.
13. Павленко А.Ф., Корінев В.Л. Маркетингова політика ціноутворення. Київ: КНЕУ, 2014. 332 с.
14. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Троян А.В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт». 2018. 536 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Верховна рада України. Офіційний сайт. URL: <http://www.rada.gov.ua>
2. Урядовий портал. Офіційний сайт. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
3. Міністерство економіки України. Офіційний сайт. URL: <http://www.me.gov.ua>
4. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: <http://www.mof.gov.ua>
5. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Україна: аналітика та статистика. Офіційний сайт. URL: <http://zet.in.ua>

Ухвалено на засіданні кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
(Протокол № 6 від 13.11.2025 р.)

Зав. кафедри



Світлана ДОВБНЯ