

Назва курсу	ОК9: Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
ОПП	Маркетинг
Викладач (-і)	Наумова Олена Олександрівна
Профайл викладача	https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/spivrobitniki/naumova-olena-oleksandrivna
Контактний телефон	067 657 18 35
E-mail	Olenan@krok.edu.ua
Консультації	Онлайн-консультації: щоп'ятниці, 12.30-13.00 В MS Teams https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_MzdmOWQyMzctMzIxZC00Y2NiLTThiNmItNWNjNzJiOTc3NWQ1%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22cf94ad9d-2983-43f5-9909-722602ea2165%22%2c%22Oid%22%3a%2265bbf8f3-e8f3-48be-81bf-744c69eb2141%22%7d

КОМУНІКАЦІЇ

- 1) Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є **Moodle**. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт та ін. – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу.
 - 2) Електронне забезпечення навчання (**Moodle**):
 - » Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: dist.center@krok.edu.ua
 - » Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проєктів розміщені на платформі Moodle: Туристичне краєзнавство (посилання на курс)
 - » Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)
 - 3) Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу dist.center@krok.edu.ua. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.
 - 4) Для проведення он-лайн лекцій, семінарських, практичних занять використовується платформа **MS Teams**. Увійдіть за допомогою свого імені користувача і пароля Office 365.
 - 5) З розкладом занять можливо ознайомитись: <https://www.krok.edu.ua/ua/pro-krok/pidrozdzili/struktturni/studentskij-ofis/rozklad>
 У разі виникнення проблем з відображенням розкладу, прохання використовувати альтернативні інформаційні ресурси:
 - » мобільний додаток [Telegram Bot «КРОК»](#) – [віртуальний помічник](#) або contact@krok_timetable_bot
 - » інформаційний портал: [кабінет студента](#) / [кабінет викладача](#)
 - Графіки консультацій викладачів Університету «КРОК» знаходяться [у персональному кабінеті](#) студента.
- Для цього Вам потрібно обов'язково авторизуватись в системі Office 365. У разі виникнення запитань щодо входу у Ваш кабінет, пишіть на адресу support@krok.edu.ua Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень (корпоративна пошта університету «Крок» викладача курсу). Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів.

1. Коротка анотація до курсу: формування у студентів системи знань про сутність та зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності, формування маркетингового мислення та опанування практичними навичками щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на вирішення маркетингових проблем підприємства та адаптації його діяльності завдяки маркетинговим інструментам до змін та невизначеності у зовнішньому середовищі.

2. Результати навчання:

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває таких компетентностей:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

3. Обсяг курсу: 4 кредити

Вид заняття	Загальна кількість годин/ кредитів ECTS		
Загальна кількість годин / форма навчання	денна	заочна	дистанційна
лекції	28	-	-
семінарські заняття / практичні / лабораторні	28	-	-
самостійна робота	34	-	-

4. Пререквізити* - переважно для вибіркових дисциплін! Загальні та фахові знання, отримані під час вивчення пропедевтичних дисциплін: «Основи туризмознавства», «Країнознавство», «Географія туризму»,

5. Технічне й програмне забезпечення /обладнання*

6. Політики курсу – студенти мають дотримуватись кодексу академічної доброчесності: https://www.krok.edu.ua/download/nakazi/2018-10-18_kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf

У разі проведення занять в онлайн форматі, здобувач/здобувачка мають під'єднатись до навчальної платформи де буде проводитись заняття. Заходити на навчальну платформу (Teams) виключно під своїм реальним прізвищем. Під час занять з використанням онлайн платформи MS Teams камера має бути увімкненою протягом всього заняття, мікрофон включається за потреби під час відповідей/запитань. У разі відсутності можливості включати камеру, студент має повідомити викладача та отримати дозвіл бути присутнім з вимкненою камерою. В разі невідповідності та відсутності реакції здобувача на звернення викладача до нього особисто, здобувач вважається відсутнім на занятті.

7. Схема курсу

Тиждень /кількість годин	Тема	Форма діяльності Формат:	Література	Завдання, год	Термін виконання
1/6 год.	Тема 1. Суть і зміст маркетингу	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
2/6 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
3/8 год.		Лекція –2год.	[1-8]	Опрацювати лекційний	1 тиждень

	Тема 2. Маркетингові дослідження	Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год. / MS Teams		матеріал, виконати семінарські завдання / 6	
4/8 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 6	1 тиждень
5/8 год.	Тема 3. Інструменти діджитал маркетингу та штучного інтелекту.	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -4 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 6	1 тиждень
6/6 год.	Тема 4. Розробка стратегії маркетингу	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
7/3 год.	Тема 5. Сегментування. Позиціонування	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, тестування виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
8/3 год.	Тема 6. Товарна політика	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-6]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
9/3 год.	Тема 7. Маркетингова цінова політика	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-6]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
10/3 год.	Тема 8. Маркетингова політика розподілу	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
11/3 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год.	[1-4]	Опрацювати лекційний матеріал,	1 тиждень

		Самостійна робота -2 год. / MS Teams		виконати семінарські завдання / 4	
12/3 год.	Тема 9. Маркетингова політика комунікацій	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4, 7]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
13/3 год.		Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-4, 7]	Опрацювати лекційний матеріал, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень
14/3 год.	Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності	Лекція –2год. Семінарське заняття–2 год. Самостійна робота -2 год. / MS Teams	[1-8]	Опрацювати лекційний матеріал, тестування, виконати семінарські завдання / 4	1 тиждень

8. Система оцінювання та вимоги/ Система оцінювання та критерії

Загальна система оцінювання курсу	<i>участь в роботі впродовж семестру/екзамен - 70/30</i>
Вимоги до індивідуальної /письмової роботи*	За підсумками кожного семінару студент повинен виконати самостійне (індивідуальне) завдання (див. календарний план). Завдання повинно бути написане самостійно, плагіат заборонений, посилання чи цитувань оформлюються за загальноприйнятими вимогами. Оцінюється якість та оригінальність виконаних завдань. Завдання повинні бути надіслані викладачу (викладені в Moodle) до дати наступного семінарського заняття. Самостійне (індивідуальне) завдання може бути максимально оцінено у 5 балів. Усі повинні обов'язково підготувати самостійні (індивідуальні) завдання, а їх відсутність з будь-яких причин не може бути виправданням.
Семінарські/практичні заняття	Бали нараховуються за активну роботу по кожній темі семінарського заняття 0-5 балів
Проміжний контроль	Тестова контрольна робота. Максимальна кількість балів – 5.
Умови допуску до підсумкового контролю	Участь у семінарських заняттях, виконання всіх самостійних (індивідуальних) робіт. Здобувач допускається до екзамену за умови отримання за роботу в семестрі не менше 35 балів.

9. Основна література

1. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиця М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг: [підручник]. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с.
2. Armstrong G., Kotler P., Opresnik M.O. Marketing: An Introduction 14th Edition, Global Edition. — Pearson, 2020. — 681 p.
3. Котлер Філіп, Гермаван Катарджая, Сетьяван Іван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: пер. з англ. К. Куницької та О. Замасвої. Київ: Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 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. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

10. Додаткова література.

1. Закон України «Про захист прав споживачів»(Відомості Верховної Ради УРСР ВВР), 1991, № 30, ст.379){Вводиться в дію Постановою ВР № 1024-ХІІ від 12.05.91, ВВР, 1991, № 30, ст.380}
2. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" №2132-12 від 18.02.92
3. Закон України «Про рекламу» - Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 5029-VI від 03.07.2012

11. Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

До уваги студентів: усі навчально-методичні матеріали (плани лекцій, презентації, завдання/задачі/ситуаційні справи тощо) подані в Moodle <https://dist.krok.edu.ua/course/view.php?id=1281>