

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL
OF BUSINESS

Маркетинг

ОП «Менеджмент», ОП «Цифровый маркетинг»

2024



SYLLABUS



1	Назва курсу та освітньої програми
	Маркетинг ОП «Менеджмент», ОП «Цифровий маркетинг»
2	Опис курсу
	Навчальна дисципліна «Маркетинг» є нормативною, передбачає формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.
3	Передумови вивчення
	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є теоретичні, методичні та інформаційні основи маркетингу, маркетингових досліджень; товарна, цінова, збутова, комунікаційна політика; організація та контроль маркетингової діяльності. Навчальний курс «Маркетинг» розширює здобуті раніше знання з дисциплін «Теорія організації», «Бізнес-комунікації», «Економічний аналіз», «Організація підприємницької діяльності» та ін.
4	Обсяг кредитів/годин
	<i>Спеціальність 075 «Маркетинг»</i> 6 кредитів ЄКТС / 180 академічних годин <i>Спеціальність 073 «Менеджмент»</i> 4 кредити ЄКТС / 120 академічних годин
5	Формат навчання
	Змішане навчання
6	Розташування класної кімнати
	https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=647
7	ПІБ викладача
	Кузьменко Ольга Андріївна , к.е.н., доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
8	Кафедра
	Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування:





SYLLABUS



9	Місцезнаходження офісу
10	Консультування
11	Е-mail викладача
12	Цілі курсу
13	Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511

Щопонеділка з 15:00 до 16:30 з попереднім записом через корпоративну пошту

olhakuzmenko@ieu.edu.ua

Формування у майбутніх фахівців систематизованого комплексу знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів в сучасних умовах.

Спеціальність 073 «Менеджмент»

ПРН 3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

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.

Спеціальність 075 «Маркетинг»

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

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

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

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

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

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

13 Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

14 Результати навчання

Після опанування дисципліни студент повинен знати:

- сутність, завдання, принципи та функції маркетингу;
- системи маркетингових досліджень і маркетингової інформації; теоретичні засади управління рекламною діяльністю підприємствами та установами;

уміти:

- вільно оперувати понятійно-категоріальним апаратом; визначати маркетингове середовище підприємства;
- сегментувати ринок продуктів і послуг; застосовувати на практиці методи отримання й обробки маркетингової інформації на ринку продуктів і послуг;
- застосовувати методи ціноутворення, систему цін на продукти і послуги; визначати раціональність і ефективність застосування маркетингу продуктів і послуг.

15 Зміст курсу

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Тема 2. Класифікація маркетингу.

Тема 3. Маркетингове середовище.

Тема 4. Структура маркетингової системи та особливості її функціонування.

Тема 5. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів ринку.

Тема 6. Маркетингові дослідження.

Тема 7. Маркетингова товарна політика.

Тема 8. Маркетингова цінова політика.

Тема 9. Маркетингова політика збуту.

Тема 10. Маркетингова комунікаційна політика.

Тема 11. Планування маркетингової діяльності підприємства.

Тема 12. Антикризове фінансове управління на підприємстві.

16 Книги та матеріали

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
2. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ: Vivat, 2020. 288 с.
3. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар та ін. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2018. 457 с.
4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
5. Софієнко А. В. 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.



SYLLABUS



17 Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Вступ до спеціальності «Менеджмент»», Вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету, наукова бібліотека університету.

Для успішного вивчення та складання іспиту з навчального курсу, вам необхідно спочатку ознайомитись із дистанційною платформою (Moodle) та вивчити всі папки, на яких вже є або поетапно розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати дистанційні платформи можливо тільки з використанням корпоративної пошти.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити деканат або старосту або ж безпосередньо викладача курсу.

18 Процес навчання

Процес вивчення курсу «Вступ до спеціальності «Менеджмент»» містить у собі лекції та практичні заняття.

Під час лекцій будуть використовуватись такі методи навчання, як лекція, лекція-бесіда, дискусія, обговорення проблемних питань, демонстрація, аналіз різних ситуацій відповідно до теми лекцій.

Під час практичних занять будуть використовуватись такі методи навчання, як опитування, тестування, виконання індивідуальних та командних завдань, кейсів, підготовка доповідей та презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, вирішених конкретних задач та ситуацій, мозковий штурм (мозкова атака, брейнстормінг).



19 Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	4 семестр	так	2 курс	Цикл професійної підготовки

20 Політика оцінювання

У вас будуть різні способи продемонструвати свої знання і навички протягом семестру. Це включає в себе те, як відвідуєте заняття, як і що ви вносите в обговорення в класі, як виконуєте і чи вчасно виконуєте практичні завдання та тести, як виконуєте завдання з самостійної роботи, вміння презентувати свою доповідь. Додатково надається можливість виконання ІНДЗ, яке виконується індивідуально або невеликою групою у вигляді студентської наукової роботи.

20

Політика оцінювання

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна робота (відвідування, усне опитування, вирішення розрахункових задач та завдань, ситуаційних вправ)	15
Доповіді з презентацією (3 шт.)	10
Тести (4 шт.)	10
Модульна контрольна робота (2 шт.)	15
ІНДЗ (допуск до іспиту)	10
Разом	60

21

Шкала оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується іспитом, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за іспит (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі іспиту проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ЄКТС заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

21

Шкала оцінювання

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D		
60-65	E	Задовільно	
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

QR Code:





SYLLABUS



22

Як дізнатись свою оцінку

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційних платформ навчання Moodle.

Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 505).

23

Політика курсу

Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, робота в групах, семінарів-дискусій.

На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни.

Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів.

24

Шкала оцінювання

Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняття, не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти.

Студент, який **з поважних причин**, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у **двотижневий термін** після повернення до навчання.

Студент, що був відсутній на заняттях **без поважних причин**, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання іспиту в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений». Повторне складання іспиту з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженим директором графіком ліквідації.

QR Code:



Всі учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності.

QR Code:





SYLLABUS



25

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Завдання мають бути надіслані через Moodle до термінів завершення, зазначених у розкладі курсу на нашому сайті. Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Якщо вам потрібно більше часу для виконання завдання, доступні гнучкі терміни. Виконані завдання приймаються до повного заліку до останнього заняття з дисципліни за розкладом, після чого 40% частковий кредит на основі отриманої оцінки буде нараховано протягом тижня після останнього дня занять. Завдання, які взагалі не здавалися, отримують 0.

Якщо ви плануєте пропустити заняття більше ніж на один тиждень через хворобу або з інших причин, будь ласка, зв'яжіться з викладачем, щоб домовитися про альтернативні варіанти виконання завдань.

QR Code:



26

Час відповіді викладача

Через корпоративну пошту, впродовж 24 годин.

27

Ефективна комунікація

Ефективна комунікація – це вулиця з двостороннім рухом!!!

Тому основні рекомендації до ефективної комунікації – це корпоративна електронна пошта на пряму із викладачем курсу; це особиста комунікація із одногрупниками через соціальні мережі/корпоративні пошти/мобільні телефони; це комунікація безпосередньо на курсі дистанційних платформ Moodle; це очна зустріч із викладачем у дні консультацій.

28

Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Студенти не можуть розмішувати, публікувати, продавати або іншим чином публічно поширювати матеріали курсу без письмового дозволу викладача.

Такі матеріали включають, але не обмежуються: конспекти лекцій, слайди лекцій, відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, іспити, роботи інших студентів і ключі відповідей.

Студенти, які продають, розмішують, публікують або розповсюджують матеріали курсу без письмового дозволу з метою отримання відповідей чи іншим чином, можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, аж до вимоги відмовитися від навчання. Крім того, студенти не можуть робити відео- чи аудіозаписи занять для власного використання без письмового дозволу викладача.



SYLLABUS



29

Очікуване навантаження та залученість студентів

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень).

Якщо виникнуть обставини, що змушують вас витратити більше часу на якесь з завдань, проінформуйте викладача електронною поштою.

Продовження терміну здачі можливо лише за умови, що викладач попередньо проінформований про те, що ви не зможете здати завдання вчасно. Очікується, що студенти мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету.

30

Служби підтримки

Електронний розклад

Бібліотека

Куратор

Репозиторій

Деканат

31

Розклад курсу

Назва теми лекції	Практичні (семінарські) заняття
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.	1. Усне опитування 2. Практичні завдання
Тема 2. Класифікація маркетингу.	3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Написання доповіді 6. Тести
Тема 3. Маркетингове середовище.	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести
Тема 4. Структура маркетингової системи та особливості її функціонування.	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести

Тема 5. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів ринку.	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести
Тема 6. Маркетингові дослідження.	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Контрольна робота
Тема 7. Маркетингова товарна політика	
Тема 8. Маркетингова цінова політика	
Тема 9. Маркетингова політика збуту	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести
Тема 10. Маркетингова комунікаційна політика	
Тема 11. Планування маркетингової діяльності підприємства	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести
Тема 12. Організація та контроль маркетингової діяльності підприємства.	1. Усне опитування 2. Розв'язування практичних та ситуаційних завдань 3. Домашні завдання 4. Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення 5. Тести

Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути:

- наполегливим, уважним і допитливим;
 - креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій;
 - готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час.
- До зустрічі!**