

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL OF BUSINESS



SYLLABUS



1	Назва курсу та освітньої програми
	Маркетинг і реклама ОП «Менеджмент»
2	Опис курсу
	Вивчення дисципліни дає можливість набуття знань в сфері маркетингових досліджень, товарної, цінової, комунікаційної, збутової політики, рекламної кампанії, маркетингового контролю та аудиту, виробки навичок самостійної роботи з літературними джерелами, поглибленням й розширенням економічних знань. Ринкові умови господарювання обумовлюють необхідність поглибленого вивчення і всебічного удосконалення економічної діяльності усіх галузей національної економіки. Особлива увага в цьому контексті повинна бути спрямована на основну їх ланку – підприємство. Сукупність економічних проблем, які виникають в процесі динамічного функціонування підприємств, повинні вирішувати спеціалісти, які здобули високий рівень знань, відповідну професійну підготовку, мають достатній рівень кваліфікації.
3	Передумови вивчення
	Предметом вивчення навчальної дисципліни є маркетинговий комплекс у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем, що визначає перспективи розвитку підприємства в умовах ринку і стратегії їх досягнення. Навчальний курс «Маркетинг і реклама» розширює здобуті раніше знання з дисциплін «Теорія організації», «Бізнес-комунікації», «Економічний аналіз», «Організація підприємницької діяльності» та ін.
4	Обсяг кредитів/годин
	3 кредити ЄКТС / 90 академічних годин
5	Формат навчання
	Змішане навчання
6	Розташування класної кімнати
	https://dist.i.eu.edu.ua/course/view.php?id=648
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

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

10 Консультування

Щовівторка з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту

11 E-mail викладача

olhakuzmenko@ieu.edu.ua

12 Цілі курсу

Формування системи знань про сутність і зміст маркетингу, зокрема реклами як його складової, що являють собою філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

13 Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

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

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

ПРН 6. Виявляти навички з 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.

14 Результати навчання

Після опанування дисципліни студент повинен знати:

– маркетингову та рекламну термінологію; класифікацію маркетингових досліджень; концепції маркетингу;

– напрямки оптимізації роботи служби маркетингу; основи сегментування ринку; способи позиціонування товару на ринку;

уміти:

– застосовувати відповідні концепції маркетингу в залежності від специфіки товару та ринкової кон'юнктури; моделювати поведінку споживача на ринку під впливом різноманітних факторів;

– визначати фактори, що впливають на ціну в межах обраної маркетингової стратегії підприємством;

– проводити маркетингові дослідження кон'юнктури ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів, брендів тощо;

15

Зміст курсу

- Тема 1. Сутність та основні положення маркетингу. Система маркетингових досліджень
- Тема 2. Сутність, цілі цінової політика маркетингу. Маркетингове ціноутворення
- Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів й вибір цільових сегментів ринку
- Тема 4. Товарна політика в системі маркетингу. Політика розповсюдження в системі маркетингу
- Тема 5. Стратегії маркетингу підприємства. Стратегічний маркетинг
- Тема 6. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства
- Тема 7. Суть реклами. Розвиток рекламної діяльності
- Тема 8. Реклама і маркетинг у глобальній мережі

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. Мельник Ю., Божкова В. Реклама та стимулювання збуту: підручник. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 230 с.
3. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг: підручник К.: Центр навчальної літератури. 2019. 612 с.
4. Карпов В., Шевченко-Переполюкіна Р., Горбаченко С. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури. К.: Кондор. 2019. 320 с.
5. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». Джерело: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>

17

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Маркетинг і реклама», 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 «Стратегічний менеджмент» містить і 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	5 семестр	так	3 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.

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.

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	Задовільно	
60-65	E		
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:



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).

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.



SYLLABUS



24

Шкала оцінювання

Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняттях, 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:



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.



SYLLABUS



25

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

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.

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 якість 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.



SYLLABUS



30

Служби підтримки

Електронний розклад
Бібліотека
Куратор
Репозиторій
Деканат

31

Розклад курсу

Назва теми лекції	Практичні заняття
Тема 1. Сутність та основні положення маркетингу. Система маркетингових досліджень.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Домашні завдання</i> 3. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 4. <i>Тести</i>
Тема 2. Сутність, цілі цінової політики маркетингу. Маркетингове ціноутворення.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів й вибір цільових сегментів ринку.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 4. Товарна політика в системі маркетингу. Політика розповсюдження в системі маркетингу.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 5. Стратегії маркетингу підприємства. Стратегічний маркетинг.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Задача кейс</i> 5. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 6. <i>Тести</i>
Тема 6. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Задача-кейс</i> 6. <i>Контрольна робота</i>



SYLLABUS



31

Розклад курсу

Тема 7. Суть реклами. Розвиток рекламної діяльності.	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Усне опитування</i>2. <i>Розв'язування практичних завдань</i>3. <i>Домашні завдання</i>4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i>5. <i>Презентація доповідей</i>
Тема 8. Реклама і маркетинг у глобальній мережі.	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Усне опитування</i>2. <i>Домашні завдання</i>3. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i>4. <i>Тести</i>

32

Поради з успішного навчання на курсі

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!**