



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА: ВСТУП ДО ФАХУ

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	ОК_4 Практична підготовка: Вступ до фаху ОПП «Маркетинг»
Форма навчання	Денна

Викладачі

Борисевич Євгенія Георгіївна
etigrova@gmail.com



Старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни

Дисципліна «Практична підготовка: вступ до фаху» має міждисциплінарний характер. Вона інтегрує, відповідно до свого предмету, знання з таких освітніх і наукових галузей: історія України та державотворення, соціологія Навчання спрямовано на:

	<ol style="list-style-type: none"> 1) ознайомлення здобувачів вищої освіти з основними положеннями про організацію вищої освіти в Україні та її особливостями у ДУІТЗ, надати стисло інформацію про Болонський процес; 2) ознайомлення здобувачів вищої освіти із загальними питаннями Державного стандарту вищої освіти в Україні та організаційно-методичним підґрунтям навчання у ЗВО; 3) ознайомлення з особливостями організації навчальної, науково-дослідницької, самостійної і виховної роботи у ДУІТЗ, на факультеті Б та СК; 4) Доведення до відома здобувачів вищої освіти перелік посад, що може обіймати випускник даного професійного спрямування на підприємствах; 5) надання здобувачам вищої освіти стислий огляд змісту освітньо-професійної програми фахівця відповідного професійного спрямування «Маркетинг», а також ознайомити з кваліфікаційними вимогами та основними видами і змістом діяльності маркетолога.
Мета дисципліни	–ознайомлення здобувачів вищої освіти з особливостями майбутньої професії, її змістом та завданнями маркетингової діяльності, роллю маркетологів різних рівнів в управлінні відповідними підрозділами підприємства, особливостями організації підготовки фахівців з маркетингу.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
Результати навчання	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p>

Обсяг дисципліни	Загальний обсяг дисципліни: 6 кредитів ЄКТС 180 годин). Для денної форми навчання: лекції – 36 годин, практичні заняття –18 години, самостійна робота – 126 годин.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 1-му семестрі (1–18 тижні)

Програма дисципліни

Тема 1.	<i>Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075»Маркетинг»</i> Система вищої освіти в Україні та перспективи її розвитку. Входження до Єдиного європейського простору. Болонський процес як засіб інтеграції та демократизації вищої освіти країн Європи. Європейська кредитно-трансферна система (ECTS).
Тема 2.	<i>Місце ЗВО у системі вищої освіти та системі підготовки кадрів вищими навчальними закладами для економіки України.</i> Роль навчальної, науково- дослідної, самостійної та громадської діяльності студентів у формуванні фахівців з маркетингу. Організація навчального та виховного процесу в ДУІТЗ, на факультеті БтаСК. Кодекс Академічної доброчесності. Студентське самоврядування
Тема 3.	<i>Організація навчального та виховного процесу в ДУІТЗ</i> Факультет БСК як складова частина ДУІТЗ. Ознайомлення з кафедрами ЗВО. Перелік профілюючих дисциплін окремих кафедр факультету БСК. Роль кафедри в підготовці фахівців
Тема 4.	<i>Види і зміст навчальних занять</i> Роль і місце кожного виду занять у формуванні фахівця з маркетингу. Лекції, семінарські та практичні заняття як основні форми аудиторних занять. Основні види лекцій – установча, оглядова, проблемна, співбесіда Візуальне супроводження лекцій. Опорні конспекти лекцій. Порядок конспектування лекційного матеріалу та подальшого його засвоєння. Інформаційно-методичне забезпечення навчального процесу в ДУІТЗ/ Роль і місце інформаційно-методичного забезпечення навчального процесу у ЗВО. Інформаційні можливості сайту ЗВО. Бібліотека вищого навчального закладу як центр інформаційного забезпечення студентів. Самостійна робота з книгою. Пошук літературних джерел та спеціальних матеріалів в Інтернеті.
Тема 5.	<i>Маркетинг як складова підсистема менеджменту організації.</i> Визначення маркетингу, основні завдання маркетингу в організації, складові маркетингу, принципи маркетингу.

	Стисла характеристика функцій маркетингу, поняття про програми маркетингу
Тема 6.	Поняття про ринок та його сегментацію Основні принципи сегментації, характеристика моделі поведінки покупця. Поняття про життєвий цикл товару, побудова життєвого циклу послуги (на прикладі послуг операторів комунікації, постачальників електронної комунікаційної послуги)
Тема 7	Розповсюдження товару, реклама та засоби розповсюдження рекламної інформації Коротка характеристика каналів розповсюдження товару. Різновиди реклами, поняття про рекламну політику організації, план рекламної діяльності , методи визначення витрат на рекламу. Огляд прикладів рекламної кампанії відомих постачальників електронних комунікаційних послуг.

Список рекомендованих джерел

2. Балацький Є. О., Бондаренко А. Ф. Маркетинг: навч. посібник. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
- Белова Т. Г. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2012. 127 с.
- Власенко Я. О., Карпенко С. В. Основи сучасного маркетингу: навч. посібник. Київ: Інкос, 2020. 328 с
- Сенишин О.С. Кривешко О.В. Маркетинг: навч. Посібник. Львів : Простор -м, 2020, 345 с.
- Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Міністерство освіти і науки України. Київ, 2018. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/073-menedzhment-bakalavr.pdf>

Інформація про консультації

Щопонеділка у вересні-грудні 2023 року з 14⁰⁵ до 15²⁰ год., онлайн : Ідентифікатор конференції ZOOM 785 8189 3345 Код доступу JbXV2k – старший викладач Є.Г. Борисевич

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до</i>
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D	Задовільно			

60-63	E			40 балів.
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання	
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Умови зарахування пропущених занять:

Інші умови: Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle, за посиланням [.....](#)