



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.	<i>Поняття про ринок та його сегментацію</i> 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	<i>Розповсюдження товару, реклама та засоби розповсюдження рекламної інформації</i> 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:
		для іспиту	для заліку		<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>
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**.