



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ**

Кафедра менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Бакалавр фінансів, банківської справи та страхування»

Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування

галузі знань 07 Управління та адміністрування

(<http://www.univer.km.ua/faculty.php?dekid=2>)

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг
Викладач	Лекції, семінарські заняття, консультації: Корюгін Андрій Валерійович (http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&w=sklad), доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, кандидат економічних наук, доцент.
Контактна інформація та науковий профіль викладача	Корюгін Андрій Валерійович: Електронна адреса: Andrei_Korugin@ukr.net Профіль у соціальних мережах: https://www.facebook.com/Андрей_Корюгин ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3408-1905 GoogleScholar: https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ
Інформаційні ресурси	Код для приєднання в Google клас «Маркетинг»: edrkhb1 Електронна бібліотека: http://elibrary.univer.km.ua/index.php
Консультації	Офлайн консультації: навчальний корпус №1, вул. Героїв Майдану, 8, ауд. 408: Корюгін Андрій Валерійович: п'ятниця з 14.00 до 15.20; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Viber у робочі дні з 9.00 до 17.00

Опис навчальної дисципліни

Цілі та особливості навчальної дисципліни	Дисципліна «Маркетинг» дозволяє студентам сформувати знання з теорії і методології маркетингу, набути уміння впровадження і використання маркетингу в практичній діяльності, здобути навички поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища. Ця дисципліна у теоретичному плані покликана сформувати знання теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу, а у прикладному – сформувати навички здійснення управлінських функцій на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємств та установ.
Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	Загальні компетентності: ЗК 01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 05 Навички використання інформаційних систем і комунікаційних технологій. ЗК 06. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 07. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 08. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних

	<p>джерел.</p> <p>ЗК 10. Здатність працювати у команді.</p> <p>ЗК 11. Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)</p> <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:</p> <p>СК (ФК) 01. Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища.</p> <p>СК (ФК) 09. Розуміння особливостей функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.</p> <p>СК (ФК) 10. Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.</p> <p>СК (ФК) 11. Здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.</p>			
Програмні результати навчання	<p>ПР 01. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.</p> <p>ПР 10. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання економічних даних, збирати та аналізувати необхідну фінансову інформацію, розраховувати показники, що характеризують стан фінансових систем.</p> <p>ПР 12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності.</p> <p>ПР 16 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p> <p>ПР 18. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.</p>			
Місце дисципліни в логічній схемі (Передреквізити і постреквізити навчальної дисципліни)	<p>Курс навчання – третій, семестр – шостий.</p> <p>Тип дисципліни - обов'язкова.</p> <p>Дисципліна вивчається після таких навчальних дисциплін: ППО 8 Менеджмент, ЗПВ 1.1 Психологія, ЗПВ 1.2 Економічна психологія, ППВ 1.2 Основи теорії економічної конкуренції, ППВ 3.1 Основи господарського права</p> <p>Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін: ППО 18 Банківська система, ППВ 13.1 Бізнес-планування, ППВ 13.2 Бюджетування планування, ППВ 14.1 Страхові послуги, ППВ 14.2 Соціальне страхування, ППВ 14.3 Медичне страхування</p>			
Обсяг навчальної дисципліни	3,0 кредитів ЄКТС / 90 годин, у тому числі, самостійної роботи - 46 годин, лекційних – 18 годин, семінарських – 26 годин.			
Форма навчання	денна			
Мова викладання	українська			
Формат вивчення навчальної дисципліни	<p>Лекції (проблемні, контактні, інтерактивні), семінарські, практичні, лабораторні заняття із розв'язанням ситуаційних завдань, проблемних ситуацій та використання кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, виконання самостійних (в т.ч. індивідуальних) робіт, залік.</p> <p>Для осіб із особливими освітніми потребами, у разі необхідності, розробляється індивідуальний формат вивчення навчальної дисципліни.</p>			
Необхідне обладнання	Мультимедійний проектор, комп'ютер, фліпчарт, комп'ютерний клас.			
Зміст навчальної дисципліни та	Години (лек. / сем. /	Тема	Методи навчання та форми поточного	Максимальна кількість балів

організація поточного та підсумкового контролю	СРС)		контролю	
	2/2/5	Сутність маркетингу та розвиток його концепцій	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/2/5	Маркетинг як мобільна система	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/6	Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/4/5	Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/4/5	Товар у комплексі маркетингу	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/5	Ціна у комплексі маркетингу	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/5	Розповсюдження у комплексі маркетингу	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/5	Комунікації у комплексі маркетингу	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/2/5	Управління маркетинговою діяльністю		Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
<p>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Маркетинг» (розміщені у Google класі «Маркетинг» (код приєднання: edrkh6i) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php))</p> <p>Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних матеріалах дисципліни «Маркетинг» (у Google класі «Маркетинг» (код приєднання: edrkh6i) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php))</p> <p>Залік письмовий. Структура залікового білету включає 1 теоретичне питання, 5 тестових завдань, 1 задачу</p>				
Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. «4Р» маркетингу страхових компаній: монографія / [Козьменко О.В., Козьменко С.М., Васильєва Т.А. та ін.]; кер. авт. кол. О.В. Козьменко. - Суми : Університетська книга, 2014. 432 с. 2. Безус Р.М. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г., Донських А.С., Воловик Д.В. Маркетинг у банках: навч. посібник.. Дніпро:Журфонд, 2019. 320 с. 3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Київ: Лібра, 2004. 712 с. 4. Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Янишин Я. С.Маркетинг: навч. 			

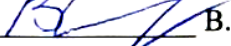
	<p>пос. Львів: „Магнолія 2006”, 2012. 456с.</p> <p>5. Лютий І. О., Солодка О.О. Банківський маркетинг: підручн. К.: Центр учбової літератури, 2010. 776 с.</p> <p>6. Мальчик М.В. Маркетинг: навч. посібник / Мальчик М.В. та ін; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. Рівне: НУВГП, 2014. 444 с.</p> <p>7. Маркетинг у банку: навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін. ; Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. 353 с.</p> <p>8. Маркетинг: навч. посіб.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. О. Дорошенко. Харків : Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.</p> <p>9. Турченко М. О., Швець М.Д. Маркетинг: підручник. Київ: Знання, 2011. 318 с.</p>
Політика щодо дедлайнів та здобуття балів за пропущені заняття	<p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол №16, введене в дію наказом від 08.07.2016 р. № 359 / 16 (в редакції рішення вченої ради від 28.08.2020 р., протокол №1, введене в дію наказом від 28.08.2020 р. № 312/20) (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_protseesu_2020.pdf).</p> <p>Перескладання лекцій: в усній формі</p> <p>Перескладання семінарських занять: виконання тестових завдань, розміщених за кожною темою у Google класі «Маркетинг» (код приєднання: edrkhbi).</p>
Критерії оцінювання	<p>1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол №16, введене в дію наказом від 08.07.2016 р. № 359 / 16 (в редакції рішення вченої ради від 28.08.2020 р., протокол №1, введене в дію наказом від 28.08.2020 р. № 312/20) (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_protseesu_2020.pdf).</p> <p>2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права наказом від 19.02.2019 р. №74/19 (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf).</p>
Порядок отримання додаткових балів	<p>Студент може отримати додаткові бали за участь у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо, за публікацію наукової статті за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, за участь у роботі студентського наукового гуртка «Управління підприємницькою діяльністю в регіоні».</p>
Політика академічної доброчесності	<p>Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету http://univer.km.ua/page.php?pid=188</p>
Політика врегулювання конфліктів	<p>Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (http://univer.km.ua/doc/Etichniy_kodeks.pdf)</p>
Зворотній зв'язок	<p>1) Під час аудиторних занять, консультацій.</p> <p>2) За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.</p>

Викладач дисципліни – доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, кандидат економічних наук, доцент

 А. В. Корюгін

28 вересня 2020 року

Схвалено кафедрою менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування
29 вересня 2020 року, протокол № 2.

Завідувач кафедри  В. П. Синчак

29 вересня 2020 року

Обліковий обсяг 0,28 ум.др.арк.