СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Маркетинг в галузях

спеціальність	**075 маркетинг**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова**
освітня програма	**075 маркетинг**	**факультет**	**управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю**
освітній рівень	**перший (бакалаврський)**	**кафедра**	**маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом**

ВИКЛАДАЧ

Прядко Ольга Миколаївна



Вища освіта – спеціальність «Товарознавство та комерційна діяльність», «Маркетинг»
Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством.
Вчене звання - доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом.
Досвід роботи – 20 років
Показники професійної активності з тематики курсу:

- членкиня ГО «УАМ»
- авторка наукових публікацій
- учасниця наукових та методичних конференцій
- Членкиня Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», Центру маркетингових досліджень і маркетингових інновацій

телефон	**0672579073**	**електронна пошта**	**Oliaprydko9598@gmail.com**	**дистанційна підтримка**	**Moodle**

До викладання дисципліни долучені:

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	**є формування у здобувачів знань, умінь та практичних навичок щодо застосування маркетингових інструментів у різних сферах економіки з урахуванням галузевих особливостей та тенденцій розвитку ринку.**
Формат	**лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, командна робота.**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	~ **ознайомленні з основними поняттями та концепціями маркетингу/ індивідуальні практичні завдання** ~ **розвитку навичок аналізу ринку / самостійна робота** ~ **формуванні стратегічного мислення / практичні завдання, самостійна робота** ~ **засвоєнні інструментів маркетинг-міксу / практичні завдання, самостійна робота** ~ **застосування теоретичних знань у вирішенні реальних маркетингових задач / тренінг , командний проєкт.** ~ **розвиток уміння приймати обґрунтовані рішення в умовах невизначеності, використовуючи маркетингові інструменти та інформацію / тренінг , командний проєкт.**
Обсяг і форми контролю	**3 кредити ECTS (90 годин): 30 годин лекції, 16 годин практичних занять; 44 годин самостійна робота, підсумковий контроль – залік.**
Вимоги викладача	**вчасне виконання завдань, активність, командна робота**
Умови зарахування	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетентності	ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	**Програмні результати навчання**	Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на

			основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Розділ 1. СПЕЦИФІКА ТА ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ МАТЕРІАЛЬНОЇ ТА НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ СФЕР					
Лекція 1-2	**Різновиди маркетингу та їх характеристика**	**Практичні заняття** **ПЗ 1** **ПЗ 2**	**Різновиди маркетингу та їх характеристика** **Маркетинг сфери сервісу: особливості та наукові підходи**	**Самостійна робота**	**Виконання та захист творчого завдання за темою 2. «Формування пропозиції в сервісній сфері на основі моделі «SERVEACTION» та з урахуванням особливостей послуг»**
Лекція 3-4	**Маркетинг сфери сервісу: особливості та наукові підходи**				
Лекція 5-6	**Галузева специфіка маркетингу та трансформація маркетингового комплексу**	**ПЗ 3**	**Галузева специфіка маркетингу та трансформація маркетингового комплексу**		
Розділ 2. МАРКЕТИНГ В СФЕРІ ХАРЧУВАННЯ ТА АГРАРНІЙ СФЕРІ					
Лекція 7-8	**Маркетинг харчових продуктів.**	**ПЗ 4**	**Маркетинг харчових продуктів.**	**Самостійна робота**	**Виконання та захист творчого завдання за темами 3 - 4. «Розроблення чи удосконалення пропозиції закладу харчування (позиція меню, сервіс, декор…) з урахуванням його специфіки»**
Лекція 9-10	**Маркетинг закладів громадського харчування**	**ПЗ 5**	**Маркетинг закладів громадського харчування**		
Лекція 11-12	**Маркетинг в аграрній сфері**	**ПЗ 6**	**Маркетинг в аграрній сфері**		

Розділ 3. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ЗА ВИДАМИ ПОСЛУГ					
Лекція 13.	**Маркетинг в сфері ритейл-послуг**	**ПЗ 7**	**Маркетинг в сфері ритейл-послуг**		**Виконання та захист творчого завдання за темою 6. «Дослідження маркетингової діяльності ритейлера та формування пропозицій щодо її удосконалення»**
Лекція 14.	**Маркетинг індустрії гостинності і туризму**	**ПЗ 8**	**Маркетинг індустрії гостинності і туризму**		
Лекція 15.	**Банківський маркетинг**		**Банківський маркетинг**		**Виконання та захист творчого завдання за темою «Дослідження маркетингової діяльності банку та формування пропозицій щодо її удосконалення»**

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	**1. Пахуча Е.В., Шелудько Р.М., Білоусько Т.Ю. Маркетинг: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 242 «Туризм», 281 «Публічне управління та адміністрування», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Х.: Тім Пабліш Груп, 2020. 300 с.** **2. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2020, 89 с.** **3. Котлер Ф.. Катарджая Г.. Сетьяван Ї. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. Київ : Вид. група КМ-БУКС. 2020. 208 с.** **5. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Буднікевич І.М., Центр учбової літератури, 2019. 536 с.**	**Методичне забезпечення**	**1.Трейд маркетинг [Електронний ресурс] : конспект лекцій для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Савицька Н.Л., Прядко О.М. Х.: ХДУХТ, 2018. – електронне видання. 34с.** **2. Савицька Н.Л.. Прядко О.М, Мелушова І.Ю. Брендинг: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: Харків: вид-во Іванченко, 2019. 72 с.** **3. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни „Маркетинг в галузях та сферах діяльності” для студентів галузі знань 07 „Управління та адміністрування” спеціальність 075 „Маркетинг”/ Укл.: к.е.н., доц. І. Л. Піняк, д.е.н., проф. Л.Я. Якимишин. – Тернопіль: ТНТУ ім.І.Пулюя, 2019. – 23 с.** **4. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : метод. реком. до вивчення дисципліни. Чернівці : Чернівец. нац. ун. ім. Ю. Федьковича, 2024. 112 с.**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf)			
СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна сумарна ECTS (стандартна)	до 40	відповіді на тестові питання
		до 40	робочий зошит з практичними завданнями
		до 20	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положенні про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.