

ПРИЛУЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ	Циклова комісія бухгалтерсько-економічних дисциплін
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ Маркетинг	
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	071 Облік і оподаткування
Освітньо-професійна програма	«Облік і оподаткування»
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус дисципліни	вибіркова дисципліна, що формує загальні та професійні компетентності, ВК 2
Час та місце проведення	4 семестр, відповідно до розкладу
Кількість кредитів	2,0кредити (60годин)
Курсовий проєкт (робота)	непередбачено
Форма контролю	залік

Передумови для вивчення дисципліни: «Економіка», «Економіка підприємства», «Статистика», «Бухгалтерський облік», «Фінанси підприємства».

Характеристика дисципліни

Призначення навчальної дисципліни: охоплює всі основні складові виробничої діяльності підприємства, тобто систему взаємопов'язаних елементів: працю, знаряддя праці, предмети праці, продукти праці, координацію їх руху по операціях і робочих місцях, завдяки чому досягається рівномірна, ритмічна робота та високі техніко-економічні результати.

Мета навчальної дисципліни: полягає у формуванні системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

У результаті вивчення дисципліни маркетинг здобувачі освіти повинні **знати:**

. сутність маркетингу, його основні положення і напрями використання маркетингової діяльності;

- . зміст основних маркетингових категорій;
- основні маркетингові концепції та їх обґрунтування;
- формування маркетингових політик;
- . взаємодію маркетингових елементів;
- особливості організації служби маркетингу на підприємстві;
- систему контролю за впровадженням маркетингових заходів.

Уміти:

- ✓ проводити маркетингові дослідження на підприємстві;
- ✓ знаходити нові ринкові можливості для підприємства, що посилюють його позицію на ринку;
- ✓ проводити сегментацію ринку;
- ✓ формувати основні напрями товарної, цінової, розподільчої, комунікаційної політики підприємства, розробляти конкретні заходи їх проведення;
- ✓ розробляти організаційну структуру служби маркетингу підприємства.

Навчальна дисципліна направлена на досягнення загальних компетентностей освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування»

ЗК 1. Здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей.

ЗК 4. Знання і розуміння предметної області та розуміння професії.

ЗК 5. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 6. Здатність застосовувати знання на практиці.

ЗК 9. Здатність навчатися та самонавчатися.

ЗК 10. Здатність працювати в команді.

ЗК 11. Здатність до усного та письмового спілкування рідною мовою.

Навчальна дисципліна спрямована на досягнення фахових компетентностей освітньо-професійної програми «Облік і оподаткування»

ФК 3. Здатність знаходити нові ринкові можливості для підприємства, що посилюють його позицію на ринку, формувати основні напрями товарної, цінової, розподільчої, комунікаційної політики підприємства, розробляти конкретні заходи їх проведення, розробляти організаційну структуру служби маркетингу підприємства.

ФК 5. Здатність розробляти систему заходів щодо зміцнення виробничо-фінансової діяльності підприємства.

ФК 6. Здатність визначати величину доходу, прибутку, розраховувати ефективність використання капіталу та нематеріальних ресурсів, виявляти резерви і шляхи поліпшення якості продукції і напрями забезпечення її конкурентоспроможності за якістю.

ФК 20. Здатність підтримувати належний рівень економічних знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

Навчальна дисципліна направлена на забезпечення програмних результатів навчання за освітньо-професійною програмою «Облік і оподаткування»

ПРН 6. Вміння усного та письмового спілкування державною мовою.

ПРН 7. Здатність використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності.

ПРН 8. Знання і уміння оперувати економічними категоріями та поняттями.

ПРН 12. Усвідомлювати особливості функціонування підприємств у сучасних умовах господарювання та демонструвати розуміння його ринкового позиціонування.

План вивчення навчальної дисципліни

Назва розділу, теми	Форма вивчення та кількість годин		
	всього	з них	
		теоретичні	самостійне вивчення
1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	6	2	4
2. Система і характеристики сучасного маркетингу	8	4	4
3. Маркетингові дослідження	10	6	4
4. Маркетингова товарна політика	8	4	4
5. Маркетингова цінова політика	6	4	2
6. Комплекс маркетингових комунікацій	8	4	4
7. Маркетингова політика розподілу товарів	8	4	4
8. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства	6	4	2
Всього	60	32	28

Каталог інформаційних джерел:

Основна:

1. Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку: Указ Президента України від 06.06.2000 р. № 767/2000.
2. Посібник по формуванню та функціонуванню ринку агропромислової продукції // За ред. академіка УААН П.Т. Саблука. - К.: ІАЕ ІААН, 2000.
3. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу. - К.: Урожай, 2012.
4. Абрамишвили Г.Г. Реклама в системі маркетингу. - М., 2008.
5. Гайдуцький П.І., Подолева О.Е. Формування ринкових відносин в агропромисловому комплексі. - К.: Вища школа, 2011.
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг. - К.: Вища школа, 1995.
7. Завьялов П.С., Демидов В.Б. Формула успеха: Маркетинг. - М.: Международные отношения, 2012.
8. Карич Д. Підприємницький маркетинг (переклад з англ.). - К.: Вища школа, 2008.

Додаткова

9. Корилук С.І., Гнатенко Н.В. Основи маркетингу. - К.: НМЦ, 1999. Котлер Ф. Основи маркетингу (переклад з англ.). - М.: Ростинтзр, 2005.
10. Маркетинг // Под ред. А.Н. Романова. - М.: Биржи и банки. Юнити 1999.
11. Ноздрева Р.Б., Циганенко Л.Й. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 1991.
12. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг. - К.: Вища школа, 1994. Современный маркетинг // Под ред. В.Е. Хруцкого. - М.: Финансы и статистика, 2004.
13. Шевченко Л.С. Введение в маркетинг. - Харьков: Консум, 2000. Зване Д.Р., Бергман Б. Маркетинг (переклад з англ.). - М.: Экономика, 2010.

Форми організації навчання. У освітньому процесі вивчення дисципліни «Маркетинг» використовуються аудиторні заняття і самостійна робота здобувачів освіти:

1. Лекції з використанням наочного матеріалу і технічних засобів навчання.
2. Консультації для здобувачів освіти.

Методи навчання. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти, які використовуються при вивченні дисципліни:

1. В аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації: словесні (лекція); наочні (ілюстрація, демонстрація).
2. В аспекті логічності та мислення: пояснювально-ілюстративні (презентація); репродуктивні (короткі тести).
3. В аспекті керування навчанням: навчальна робота під керівництвом викладача; самостійна робота під керівництвом викладача.
4. В аспекті діяльності у колективі: методи стимулювання (додаткові бали за статті, тези).
5. В аспекті самостійної діяльності: творча робота здобувачів (конкурсах, конференціях, науково-дослідній роботі).

Контроль знань. Планується проведення поточного контролю під час лекційних, та лабораторних занять, контроль якості опрацювання самостійного опрацювання; рубіжний контроль у формі тестування; підсумкова атестація у формі контрольної роботи.

Шкала оцінювання: 4-бальна шкала оцінювання.

Здобувачі освіти, які навчаються за індивідуальним навчальним графіком, співпрацюють з викладачем та працюють за індивідуальним графіком відповідно до «Положення про навчання за індивідуальним графіком».

Політика курсу. Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Обов'язковість відвідування занять, активна участь в обговоренні питань, попередня підготовка до лекцій, лабораторних і практичних занять. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності.