

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПРИКАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Циклова комісія професійної та практичної підготовки
спеціальність «Туризм»

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ МАРЕТИНГУ»**

освітньо-професійний ступінь «Фаховий молодший бакалавр»

Освітньо-професійна програма «Туризм»

Спеціальність 242 Туризм

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Освітня кваліфікація : Фаховий молодший бакалавр з туризму

Затверджено на засіданні циклової комісії
професійної та практичної підготовки
Протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Основи маркетингу
Викладач (-і)	Копцюх Наталія Ігорівна
Контактний телефон викладача	+380967834242
E-mail викладача	nataliya.koptsvukh@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	
Консультації	Згідно розкладу
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p><i>Предметом вивчення навчальної дисципліни є:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові концепції та стратегії: <ul style="list-style-type: none"> • Вивчення різних підходів до маркетингу, таких як орієнтація на товар, продажі, споживача та суспільство. Аналіз та розробка маркетингових стратегій. 2. Сегментація та цільова аудиторія: <ul style="list-style-type: none"> • Визначення ринкових сегментів та вибір цільової аудиторії для ефективної спрямованої реклами та продажів. 3. Маркетингові дослідження: <ul style="list-style-type: none"> • Методи збору, аналізу та інтерпретації даних для визначення потреб та уподобань споживачів, а також для вивчення конкуренції на ринку. 4. Продукт та ціноутворення: <ul style="list-style-type: none"> • Розробка продуктів, їх позиціонування на ринку та встановлення конкурентоспроможних цін. 5. Продажі та реклама: <ul style="list-style-type: none"> • Розробка стратегій збуту, вивчення ефективних каналів розповсюдження товарів та послуг, створення рекламних кампаній. 6. Маркетинговий мікс (4P): <ul style="list-style-type: none"> • Розгляд інструментів маркетингу, таких як продукт, ціна, місце та промоція. 7. Взаємодія зі споживачем: <ul style="list-style-type: none"> • Вивчення взаємодії між компанією та споживачами, побудова відносин та вирішення проблем споживачів. 8. Соціальний та цифровий маркетинг: <ul style="list-style-type: none"> • Розгляд аспектів маркетингу в соціальних мережах, використання цифрових платформ та інтернет-технологій. 	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p><i>Метою вивчення навчальної дисципліни є:</i> «Основи маркетингу» є формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.</p> <p><i>Основними цілями вивчення дисципліни є:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознайомлення з Основами Маркетингу: Розуміння основних понять, термінів та концепцій, пов'язаних з маркетингом. 2. Розвиток Маркетингового Мислення: Здатність думати маркетингово та розглядати питання з точки зору задоволення потреб споживачів. 	

3. **Аналіз Ринкового Середовища:** Вивчення методів та інструментів для проведення аналізу ринку, визначення можливостей та загроз.
4. **Розробка Стратегій Товару та Ціноутворення:** Навчання визначенню характеристик продукту, його позиціонування та установаження конкурентоспроможних цін.
5. **Вивчення Продажів та Промоції:** Розробка навичок з планування та виконання маркетингових кампаній, використання рекламних та збутових стратегій.
6. **Сегментація та Таргетування:** Розуміння важливості визначення цільової аудиторії та адаптації маркетингових стратегій для різних сегментів ринку.
7. **Вивчення Соціального та Цифрового Маркетингу:** Ознайомлення з новими трендами та інструментами у сфері маркетингу, такими як соціальні мережі та цифрові платформи.
8. **Розвиток Маркетингової Комунікації:** Освоєння навичок з ефективного спілкування зі споживачами, побудови бренду та управління репутацією.
9. **Підготовка до Маркетингової Діяльності:** Передача практичних знань та вмій, які студент може використовувати в майбутній маркетинговій практиці.

4. Програмні компетентності та результати навчання

ІК-3.Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у процесі навчання і в господарській діяльності суб'єктів сфери обслуговування, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК-3.Здатність до пошуку, аналізу і синтезу інформації з різних джерел.

ЗК-6. Здатність працювати в команді та приймати обґрунтовані рішення.

ЗК-7.Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК-8. Здатність застосовувати професійно-профільовані знання й практичні навички для розв'язання типових задач спеціальності.

ФК-5. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблеми та знаходити конструктивні рішення.

ФК-11. Здатність виявляти, використовувати, інтерпретувати, критично аналізувати джерела інформації в області менеджменту сфери обслуговування.

ФК-13. Здатність розробляти професійні проекти та забезпечувати їх операційну реалізацію.

ФК-16. Здатність створювати послуги сфери обслуговування.

ПРН-5. Знати нормативно-правову базу захисту у надзвичайних ситуаціях, маркетингову діяльність, базові інструменти менеджменту та бухгалтерського обліку.

ПРН-6. Планувати, організувати та здійснювати фахову роботу відповідно до вимог Базового компонента галузі сфери обслуговування, чинних освітніх програм та з урахуванням можливої організації самостійної зайнятості та ведення підприємницької діяльності.

ПРН-18. Усвідомлення потреби навчання впродовж усього життя з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань з високим рівнем автономності.

ПРН-19. Здатність відповідально ставитись до виконуваної роботи, самостійно приймати рішення, досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
семінарські, практичні заняття	20

самостійна робота		60		
Ознаки навчальної дисципліни				
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативна / вибіркова	
7	242 Туризм	4	нормативний	
Тематика навчальної дисципліни				
Тема		кількість годин		
		лекції	Семінарські заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність маркетингу.		2		4
Тема 2. Етапи еволюції і концепції маркетингу. Види підприємств, їх організаційно-правові форми.			2	6
Тема 3. Потреби і мотивація споживачів.			2	
Тема 4. Основи поведінки споживача при виборі продукту.		2		
Тема 5. Система стратегічного маркетингу.			2	10
Тема 6. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингових досліджень..			2	6
Тема 7. Маркетингові дослідження.		2		6
Тема 8. Методи маркетингу.			2	6
Тема 9. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики.			2	4
Тема 10. Політика ціноутворення.		2		8
Тема 11. Теорія маркетингової політики розподілу та збуту.			2	2
Тема 12 . Теорія маркетингових комунікацій.			2	2
Тема 13 Маркетинговий менеджмент.		2		2

Тема 14. Особливості інтернет-маркетингу		2	2
Тема 15. Сучасні тенденції розвитку маркетингу.		2	2
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			
Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Вид контролю – екзамен. Максимальна кількість балів – 100. Практичні заняття – 25 балів, Контрольна робота – 15 балів; Самостійна робота / індивідуальне/творче завдання – 10 балів. Екзамен – 50 балів.		
Вимоги до письмової роботи	Контрольна робота – 15 балів. Самостійна домашня робота – 10 балів.		
Семінарські /практичні заняття	Максимальна оцінка – 25 балів.		
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань		
Підсумковий контроль	Форма контролю – залік. Форма здачі – комбінована (усна, письмова).		

7. Політика навчальної дисципліни	
<p>1. <i>Письмові роботи</i> виконуються відповідно до тематики лекцій, зазначених у силабусі.</p> <p>2. <i>Академічна доброчесність</i>. Викладання навчальної дисципліни та взаємодія із здобувачем освіти ґрунтуються на основі положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів освіти та педагогічних працівників: Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. Ознайомитися з цими положеннями та документами можна за посиланням https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p> <p>3. <i>Відвідування занять</i>. Пропуски практичних занять відпрацьовуються. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 309 від 19 травня 2023 р.). Порядок та організація контролю знань здобувачів фахової передвищої освіти визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Івано-Франківський фаховий коледж Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», введеного в дію наказом ректора від 13 жовтня 2023 р № 830. https://ifk.pnu.edu.ua/polozhennia/.pdf</p> <p>4. <i>Неформальна освіта</i>. Результати неформальної освіти зараховується згідно «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf</p>	
8. Рекомендована література	
<i>Основна:</i>	

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид. переробл. і допов. – К. : Знання-Прес, 2004. – 645 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко . – 5-ге вид., доп. і переробл. – К. : Лібра, 2007. – 720 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Солдерс Д. Основи маркетинга: Пер. с англ. – 52-е европ. изд. – М.: Издат. дом «Вільямс». – 2012. – 752 с.
4. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу / С.І. Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П. Луцій, М.Г. Шевчик, Р.І. Буряк, С.М. Боняр, А.В. Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська. – К.: «Наш час», 2007. – 504 с.
5. Маркетинг. Навчальний посібник за ред.проф.Буряка Р.І. – К.: ЦП «Компринт», 2019. – 765с.
6. Маркетинг : підруч. [для студ ВНЗ] / В. Руделіус та ін. ; ред.-упоряд О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – вид. 3-тє. - К. : Нач—метод. Центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
7. Чеботар С. І., Ларіна Я. С., Шевчик М. Г та ін.. Основи маркетингу: навчальний посібник . – К.: Наш час, 2006. – 235 с.

Основні нормативно-правові документи:

Положення про запобігання академічному плагиату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. URL: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагиату>

Допоміжна:

8. Корольчук О. П. Маркетинг. Ситуаційні, творчі та контрольні завдання: практикум / О. П. Корольчук, Л. М. Шульгіна. – К.:Київ. нац.. торг. – екон. ун-т, 2003. – 259 с.
9. Котлер Ф. Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 12-е узд. – СПб.: Питер. – 2006. – 816 с.
10. Маркетинг : Методичні вказівки до ситуаційних вправ : навч. посіб. [для студ. ВНЗ] / О. А. Виноградов, О. П. Виховець, Л. М. Шульгіна та ін. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні. Центр інновацій та розвитку, 2004. – 205 с.
11. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л. В. Балабанової . – 3-тє вид., допов. і переробл. – К.: Знання, 2004. – 354 с.
12. Маркетингова товарна політика: Підручник. -2-ге вид., зі змінами / С. І Чебоотар, С. М. Боняр, О. П. Луцій та ін.. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2012. – 264 с.
13. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. С. І. Чеботаря. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2011. – 200 с.
14. Павленко А. Ф., Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. - К.:–КНЕУ, 2003.- 246 с.

Інформаційні ресурси:

1. Міністерство фінансів України <http://www.minfin.gov.ua/>
2. Державна фіскальна служба України <http://www.sfs.gov.ua/>
3. Ліга Бізнес Інформ: www.liga.net/
4. Нормативні акти України: www.nau.kiev.ua/
5. Право. Україна: www.legal.com.ua/oqi-bin/rmatrix.cgi/pravo.html
6. Українське право: www.ukrpravo.com/