



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ»

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	12 – Інформаційні технології
Спеціальність	122 Комп'ютерні науки
Освітньо-професійна програма (ОПП)	Комп'ютерні науки
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс та семестр, на якому викладається дисципліна	1 курс, семестр 2
Обсяг дисципліни, семестровий контроль	Кредитів – 3. Загальна кількість годин – 90 годин, з них: лекційні – 16 год., практичні – 16 год., самостійна робота – 58 год. Семестровий контроль - залік
Мова викладання	Українська
Кафедра, що забезпечує викладання	Інформаційних технологій та загальної підготовки
Інформація про викладача, що проводить лекційні заняття	к.е.н., доцент Ситник Оксана Юріївна sytnik_o@itstep.academy
Пререквізити (попередні дисципліни, необхідні для опанування дисципліни)	Основи економіки
Пореквізити (дисципліни, в яких будуть використовуватися знання, отримані під час вивчення курсу)	Управління проектами та стартапи в ІТ
Мета навчальної дисципліни	Головною метою дисципліни «Основи маркетингу» є формування системи знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів в сучасних умовах.
Зміст дисципліни	<p style="text-align: center;">Модуль 1. Сутність та зміст маркетингу.</p> <p><i>Тема 1. Сутність і зміст маркетингу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення змісту категорії «маркетинг». 2. Базові поняття маркетингу. 3. Потреби і попит. Піраміда потреб Маслоу. 4. Цінність для споживача. 5. Етапи еволюції маркетингу. Сутність сучасної концепції маркетингу. 6. Функції і завдання маркетингу. 7. Види маркетингу. <p><i>Тема 2. Маркетингове середовище і його структура</i></p>

1. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика.
2. Внутрішнє середовище підприємства.
3. Мікромаркетингове середовище підприємства.
4. Макромаркетингове середовище підприємства.
5. SWOT-аналіз та PEST-аналіз як методи аналізу маркетингового середовища підприємства.

Тема 3 Маркетингові дослідження.

1. Маркетингова інформаційна система.
2. Види маркетингової інформації.
3. Поняття, структура та принципи маркетингового дослідження.
4. Основні показники кон'юнктури ринку
5. Методи проведення маркетингових досліджень.
6. Створення портрету споживача.

Тема 4 Аналіз ринкових можливостей.

1. Основні етапи маркетингової діяльності.
2. Вимір і прогнозування попиту.
3. Сегментування ринку.
4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та відбір цільових сегментів.
5. Позиціонування товару/послуги на ринку.

Модуль 2. Комплекс маркетингу.

Тема 5 Маркетингова товарна політика.

1. Загальна характеристика товару/послуги. Типова схема опису товару.
2. Життєвий цикл товару.
3. Товарні стратегії підприємства.
4. Торгова марка.
5. Брендінг.

Тема 6. Маркетингова цінова політика

1. Формування маркетингової цінової політики.
2. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Види цін.
3. Фактори маркетингового ціноутворення.
4. Методичні підходи до ціноутворення.
5. Маркетингові стратегії цін.

Тема 7. Маркетингова політика розподілу

1. Сутність та цілі політики розподілення у системі маркетингу.
2. Канали розподілу їх функції та підходи до формування.
3. Типи посередників у системі розподілу
4. Управління діяльністю в каналах розподілу.

Тема 8. Маркетингова політика просування

1. Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
2. Алгоритм планування комплексу маркетингових комунікацій та характеристика основних його етапів.
3. Реклама: сутність, можливі цілі і види. Алгоритм прийняття рішень щодо реклами.
4. Пропаганда: сутність, форми.
5. Стимулювання збуту: сутність, напрямки і методи.
6. Персональний продаж: сутність, типи і процес.

Тема 9. Управління маркетингом

1. Процес управління маркетингом на підприємстві.
2. Маркетингова стратегія. Процес розробки маркетингової стратегії.
3. Конкурентні стратегії.
4. Портфельні стратегії.

Інтегральна компетенція, загальні компетентності, спеціальні (фахові компетенції)	ЗК1 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК2 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК4 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово ЗК6 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК11 Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК13 Здатність діяти на основі етичних міркувань СК15. Здатність до аналізу та функціонального моделювання бізнес процесів, побудови та практичного застосування функціональних моделей організаційно-економічних і виробничо-технічних систем, методів оцінювання ризиків їх проектування. СК18 Здатність демонструвати знання методів та інструментальних засобів структурного, функціонально-вартісного й імітаційного моделювання бізнес-процесів, інформаційних технологій у вдосконаленні бізнес-процесів.
Форми проведення занять	Лекції, практичні заняття
Індивідуальні заняття	–
Дні занять	За розкладом
Дні консультацій	За розкладом
Програмні результати навчання	ПР11. Володіти навичками управління життєвим циклом програмного забезпечення, продуктів і сервісів інформаційних технологій відповідно до вимог і обмежень замовника, вміти розробляти проектну документацію (техніко-економічне обґрунтування, технічне завдання, бізнес-план, угоду, договір, контракт)
Політика навчальної дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Політика щодо академічної доброчесності. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування, плагіату, фабрикації. Політика щодо академічної доброчесності регламентується "Положення про академічну доброчесність в Дніпровському технологічному університеті. https://fsx1.itstep.org/api/v1/files/hraq2e3aoP7zuIpvqRMu-SorDx1tzm8E?inline=true У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності, робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання. 2. Політика щодо дедлайнів та перескладання: Кожне завдання має бути виконано у встановлені терміни. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Здобувач може отримати додаткові бали за виконання додаткових завдань. Перескладання екзамену відбувається із дозволу адміністрації університету за наявності поважних причин (хвороба, сімейні обставини, відрядження, тощо), що підтверджуються документально. 3. Шкала оцінювання: За всі види робіт протягом семестру здобувач може одержати від 0 до 100 балів. Оцінювання проводиться відповідно до Порядку Організації та проведення семестрового контролю з оцінювання знань та формування рейтингу здобувачів у Дніпровському технологічному університеті «ШАГ» https://fsx1.itstep.org/api/v1/files/LXQR274g3cSAomfkNd4_54IvWJB-rz3v?inline=true Здобувачі, що набрали необхідну кількість балів і погоджуються з нею можуть бути звільнені від сесійного контролю за поточним рейтингом. Підсумкове оцінювання академічної успішності здобувача визначається за 100 - бальною шкалою, шкалою ЄКТС і національною шкалою оцінок таким чином:

За шкалою ECTS	За національною шкалою	За бальною шкалою
P	Зараховано / Passed	60-100
F	Не зараховано / Fail	0-59

4. Розподіл балів, які отримують студенти:

Поточне оцінювання та самостійна робота										Разом
1 модуль					2 модуль					
T1	T2	T3	T4	T5	T5	T6	T7	T8	T5	100
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
50					50					100

5. Політика щодо оскарження оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може опротестувати виставлену викладачем оцінку відповідно до Порядку Організації та проведення семестрового контролю з оцінювання знань та формування рейтингу здобувачів у Дніпровському технологічному університеті «ШАГ» https://fsx1.itstep.org/api/v1/files/LXQR274g3cSAomfkNd4_54IvWJB-rz3v?inline=true

6. Політика щодо пропусків занять: Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, академічна мобільність, які необхідно підтверджувати документами. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародна мобільність, тощо) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням з керівником. Відсутність здобувача на заняттях передбачає самостійне опрацювання матеріалу та не звільняє здобувача від виконання завдання на самостійну підготовку, поточного та підсумкового контролю.

7. Політика оцінювання роботи викладача. Здобувачі після кожного заняття оцінюють роботу викладача та можуть залишати відгуки та пропозиції через особистий кабінет здобувача в MyStat.

Додаткова інформація

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни та додаткові матеріали з дисципліни розміщено в особистому кабінеті в MyStat.