

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла**  
**Туган-Барановського**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
на засіданні кафедри маркетингу ,  
менеджменту та публічного  
адміністрування  
Протокол №1 від 26 серпня 2024 р  
Завідувач кафедри



\_\_\_\_\_ Н.С. Приймак

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«МАРКЕТИНГ 1»**

Ступінь: бакалавр

**Кількість кредитів ECTS 5**

Розробник: Барабанова В.В.  
доцент, к.е.н.

## 1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	<b>Обов'язкова для студентів спеціальності 073 «Логістика», 075 «Маркетинг і реклама»</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>5</b>
Загальна кількість годин	<b>150</b>
Кількість модулів	<b>2</b>
Лекції, годин	<b>28</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>28</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>94</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>4</b>
самостійної роботи студента	<b>6,7</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма дисципліни

**Мета** вивчення дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері маркетингу.

**Завдання** дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері маркетингу; формуванні вмінь та навичок: визначення концепцій маркетингу та їх основних категорій та термінів; ознайомлення з основними складовими маркетингового комплексу (товарна, цінова, комунікативна, дистрибутивна політики); вивчення принципів організації маркетингу на підприємстві; дослідження етапів організації і контролю маркетингу на підприємстві, та формування й реалізації маркетингових програм і планів; вивчення специфіки маркетингової діяльності на зовнішньому ринку; визначення особливості глобального, соціального, проектного, консалтингового та інших видів сучасного маркетингу.

**Предмет:** загальні закономірності, принципи формування, функціонування маркетингу, маркетингової діяльності підприємства.

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

### 1 модуль

Тема 1. Сутність і система маркетингу.

Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.

Тема 3. Товарна політика в маркетингу.

Тема 4. Дослідження конкурентоспроможності товару.

Тема 5. Цінова політика та збут.

Тема 6. Політика розподілу в маркетингу.

Тема 7. Комунікативна політика в комплексі маркетингу.

Тема 8. Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Тема 9. Організація маркетингової діяльності підприємства.

Тема 10. Контроль в системі маркетингу підприємства.

### 3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
<b>Модуль 1</b>					
<b>Змістовий модуль 1. Основи маркетингу</b>					
Тема 1. Сутність і система маркетингу.	12	2	2		8
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.	12	2	2		8
Тема 3. Товарна політика в маркетингу.	14	2	4		8
Тема 4. Дослідження конкурентоспроможності товару.	12	2	2		8
Тема 5. Цінова політика та збут.	12	2	2		8
Тема 6. Політика розподілу в маркетингу.	12	2	2		8
Тема 7. Комунікативна політика в комплексі маркетингу.	11	2	4		5
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>85</b>	<b>14</b>	<b>18</b>		<b>53</b>
<b>Змістовий модуль 2. Маркетингова діяльність підприємства</b>					
Тема 8. Організація маркетингової діяльності підприємства .	24	6	4		14
Тема 9. Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємства.	22	4	4		14
Тема 10. Контроль в системі маркетингу підприємства.	19	4	2		13
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>65</b>	<b>14</b>	<b>10</b>		<b>41</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>94</b>

### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда .Сутність і система маркетингу.	2
2	Семінар – розгорнута бесіда. Маркетингове середовище підприємства.	2
3	Семінар запитань і відповідей. Товарна політика в маркетингу.	2
4	Семінар – розгорнута бесіда. Сучасний марчендайзинг	2
5	Семінар запитань і відповідей Дослідження конкурентоспроможності товару.	2
6	Семінар – розгорнута бесіда Цінова політика та збут.	2
7	Семінар – розгорнута бесіда Політика розподілу в маркетингу.	2

8	Семінар – розгорнута бесіда Комунікативна політика в комплексі маркетингу.	2
9	Семінар запитань і відповідей Види комунікацій в маркетингу	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Організація маркетингової діяльності підприємства	2
11	Семінар запитань і відповідей Організація маркетингової діяльності підприємства	2
12	Семінар запитань і відповідей. Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємства	2
13	Семінар запитань і відповідей Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємства	2
14	Семінар – розгорнута бесіда Контроль в системі маркетингу підприємства.	2
<b>Всього</b>		<b>28</b>

### 5. Розподіл балів, які отримують студенти

#### - вид контролю: екзамен

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

#### Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарського/пр актичного заняття	Аудиторна робота				Позаауд иторна робота	Сума балів
	Тестові завданн я	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостій ного виконан ня	
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	1		1	1		3
Тема 2	1		1	1		3
Тема 3	1		1	1		3
Тема 4			1	1		2
Тема 5	1	2		1		4
Тема 6	1	2	1			4
Тема 7	1	2				3
Тема 8	1		1			2
Тема 9			1			1
Разом змістовий модуль 1	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>		<b>25</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 10	1		2	1	1	5

Тема 11	1	1	1		1	4
Тема 12	1	1	1	1	1	5
Тема 13	1	1	2	1	1	6
Тема 14	1	1		1	1	4
Разом змістовий модуль 2	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>25</b>
<b>Разом</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>50</b>

**Оцінювання студентів протягом семестру  
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	20	15		

**Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни**

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	