

1. Опис початкової дисципліни

Найменування показника	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	обов'язкова дисципліна для спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 241 «Готельно - ресторанна справа»
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	1
Лекції, години	28/8
Практичні/семинарські, годин	28/8
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	94/134
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	5
Вид контролю	екзамен

2. Програма навчальної дисципліни

Ціль – формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок з організації і контролю маркетингової діяльності сучасного підприємства.

Завдання : розкрити сутність концепцій маркетингу та визначити основні терміни і категорії; надати уявлення про складові маркетингового комплексу (товарна, цінова, комунікативна, дистрибутивна політики), принципи організації маркетингу на підприємстві; розкрити особливості процесу організації і контролю маркетингу на підприємстві, а саме, формування та реалізації маркетингових програм і планів; розглянути особливості маркетингової діяльності на зовнішньому ринку.

Предмет: система та процес маркетингової діяльності підприємства.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

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

Опанування дисципліни дозволяє забезпечити:

1) формування:

– **фахових програмних компетентностей:**

здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів;

здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

2) досягнення **програмних результатів навчання:**

застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг;

організувати процес обслуговування споживачів готельних та ресторанних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

3) набуття **результатів навчання** (згідно Дублінських дескрипторів):

– **знання:**

сутності і системи маркетингу;

маркетингового середовища підприємства;

товарної, цінової, дистрибутивної, комунікативної політики;

організації маркетингової діяльності на підприємстві.

– **уміння/навички:**

уміння формувати маркетингову політику;

організувати маркетингову діяльність на підприємстві.

– **комунікація:**

здатність спілкуватися та обговорювати ринкову інформацію, проблеми та рішення в контексті прийняття маркетингових рішень на підприємстві;

здатність роботи в команді, співвідносити свою думку з думкою колективу;

дотримуватися норми ділової етики, володіти етичними та моральними нормами поведінки.

– **відповідальність і автономія:**

демонструвати розуміння вимог щодо професійної діяльності, зумовлених необхідністю забезпечення сталого розвитку України;

здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)			
	усього	у тому числі		
		лекц.	пр./сем.	лаб.
Змістовий модуль 1. Формування маркетингової політики				

Тема 1. Сутність і система маркетингу.	14	2	2	-	10
Тема 2. Маркетингове середовище підприємства.	18	4	4	-	10
Тема 3. Товарна політика в маркетингу.	14	2	2	-	10
Тема 4. Дослідження конкурентоспроможності товару	14	2	2	-	10
Тема 5. Цінова політика та збут.	14	2	2	-	10
Тема 6. Політика розподілу в маркетингу.	14	2	2	-	10
Тема 7. Комунікативна політика в комплексі маркетингу.	14	2	2	-	10
Разом за змістовим модулем 1	102	16	16	-	70
Змістовий модуль 2. Організація маркетингової діяльності					
Тема 8. Маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємства.	16	4	4	-	8
Тема 9. Організація маркетингової діяльності підприємства.	16	4	4	-	8
Тема 10. Контроль в системі маркетингу підприємства	16	4	4	-	8
Разом за змістовим модулем 2	48	12	12	-	24
Усього годин	150	28	28	-	94

3. Теми семінарських /практичних/ лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1.	Семінар – розгорнута бесіда Сутність і система маркетингу.	2
2.	Семінар запитань і відповідей Маркетингове макросередовище підприємства.	2
3.	Семінар запитань і відповідей Маркетингове мікросередовище підприємства.	2
4.	Семінар – дискусія Товарна політика в маркетингу.	2
5.	Семінар – дискусія Дослідження конкурентоспроможності товару.	2
6.	Семінар – розгорнута бесіда Цінова політика та збут.	2
7.	Семінар – розгорнута бесіда Політика розподілу в маркетингу.	2
8.	Семінар – дискусія Комунікативна політика в комплексі маркетингу.	2
9.	Семінар – дискусія Основні характеристики розвитку світового ринку.	2
10.	Семінар – дискусія Міжнародний маркетинг.	2
11.	Семінар – дискусія Організація маркетингу підприємства.	2
12.	Семінар – дискусія	2

	Види організаційних структур служби маркетингу і їх характеристика.	
13.	Семінар – дискусія Стратегічний контроль маркетингу.	2
14.	Семінар – дискусія Тактичний контроль маркетингу.	2
Разом		28

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 практичного заняття	Аудиторна робота					Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдан- ня	Ситуацій- ні завдання, задачі	Обговорен- ня теоретичних питань теми	Індиві- дуальне завдання	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1							
Семінар 1		1	1			1	3
Семінар 2		1	1			1	3
Семінар 3		1	1			1	3
Семінар 4		1	1			1	3
Семінар 5		1	1			1	3
Семінар 6		1	1			1	3
Семінар 7		1	1			1	3
Семінар 8		1	1			1	3
Разом змістовий модуль 1		8	8			8	24
Змістовий модуль 2							
Семінар 9		1	1			1	3
Семінар 10		1	1			1	3
Семінар 11		1	1			1	3
Семінар 12		1	1			1	3
Семінар 13		1	1			1	3
Семінар 14		1	1	8		1	11
Разом змістовий модуль 2		6	6	8		6	26
Разом							50

**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
20	20	10		

Загальне оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

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