

1. Опис початкової дисципліни

Найменування показника	Характеристика навчальної дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	1
Лекції, години	28/8
Практичні/семінарські, 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:

– загальних програмних компетентностей:

загальних програмних компетентностей:

здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

здатність до адаптації та дій в новій ситуації;

здатність бути критичним і самокритичним;

здатність приймати обґрунтовані рішення;

навички міжособистісної взаємодії;

здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

здатність працювати у команді;

здатність працювати автономно;

навички міжособової взаємодії;

здатність до проведення досліджень на відповідному рівні;

здатність планувати та управляти часом;

- фахових програмних компетентностей:

здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях;

здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати;

здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів;

здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудова відносин;

здатність прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси;

здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів;

здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію;

здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності;

здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків;

здатність здійснювати ефективні комунікації;

здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку;

здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин;

здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності;

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

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

здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;

знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;

розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;

здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;

здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал;

здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу;

здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;

здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів;

2) досягнення програмних результатів навчання:

застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади);

використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності;

проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності;

застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники;

демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні;

вміти використовувати дані, надавати аргументацію, критично оцінювати логіку та формувати висновки з наукових та аналітичних текстів з економіки;

виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в однієї або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків;

використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів;

вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів;

демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах;

показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення;

демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей;

визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку;

демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні;

виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань;

використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях;

застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;

вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей;

оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів;

вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів;

знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук;

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

застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг;

розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів;

розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;

виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності;

розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;

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

розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);

демонструвати навички виявлення проблем, обґрунтування управлінських рішень та навички забезпечувати їх реалізацію в умовах невизначеності та ризику із застосуванням комп'ютерних технологій та програмного забезпечення;

оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації;

демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;

виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера;

вміти формулювати бізнес-ідею створення суб'єктів бізнесу, вміти презентувати власні проекти щодо створення нового бізнесу з урахуванням мінливості зовнішнього середовища;

визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку;

оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації державною мовою;

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;

організовувати 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.	СРС
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	16	4	4	-	8

підприємства.					
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 Види організаційних структур служби маркетингу і їх характеристика.	2
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	
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	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	