



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



## «МАРКЕТИНГ» «МАРКЕТИНГ» (Розділ 1 - Теоретичні основи маркетингу)

|                              |               |       |                                   |                     |                   |                     |                       |              |  |                 |  |
|------------------------------|---------------|-------|-----------------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|--------------|--|-----------------|--|
| Галузь знань                 |               |       | 07 «Управління і адміністрування» |                     |                   | Освітній рівень     |                       | бакалавр     |  | Мова викладання |  |
| Спеціальність                |               |       | 075 «Маркетинг»                   |                     |                   | Семестр             |                       | 3            |  | українська      |  |
| Освітньо-професійна програма |               |       | «Маркетинг»                       |                     |                   | Тип дисципліни      |                       | обов'язкова  |  |                 |  |
| Факультет                    |               |       | Економіки і менеджменту           |                     |                   | Кафедра             |                       | Менеджмент   |  |                 |  |
| Обсяг:                       | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять:                 |                     |                   |                     |                       |              |  |                 |  |
|                              |               |       | Лекцій                            | Семінарських занять | Практичних занять | Лабораторних занять | Самостійна підготовка | Вид контролю |  |                 |  |
|                              | 4             | 150   | 36                                | -                   | 36                | -                   | 108                   | Екзамен      |  |                 |  |

### ВИКЛАДАЧІ

**Контактна інформація для зв'язку з викладачем:** - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;  
- робочий телефон: 062-641-68-85, [menegment2426@gmail.com](mailto:menegment2426@gmail.com), [managment@dgma.donetsk.ua](mailto:managment@dgma.donetsk.ua); **Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом

#### Бурцева Олена Єгорівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.  
Досвід роботи - більше 18 років.  
Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць.  
Провідний лектор з дисциплін: «Промисловий маркетинг», «Маркетинговий аудит», «Маркетинговий менеджмент», «Медіапланування», «Цифровий маркетинг».  
E - mail робітник: [burtseva74elena@gmail.com](mailto:burtseva74elena@gmail.com)



#### Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту.  
Досвід роботи - 24 роки.  
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.  
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Бізнес-стратегії для промисловості», «Комунікаційний менеджмент».  
E - mail робітник: [inna\\_fomichenko@ukr.net](mailto:inna_fomichenko@ukr.net);  
Никнейм в Skype: [Inna Fomichenko](#).



### ГОСТЬОВІ ЛЕКТОРИ

Генеральний директор ПрАТ «ВЕСКО»  
**Євген Цимарман.**  
Регулювання конкуренції на національному та міжнародному рівнях



Генеральний директор VESCO Євген Цимарман розповість про головні здобутки глинодобувних підприємств Донбасу за останні десятиріччя, а також цілі і завдання підприємства, які допоможуть утримати конкурентний статус міжнародної компанії з європейськими підходами в управлінні.

| АНОТАЦІЯ КУРСУ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Освітні компоненти, які передують вивченню                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Мікро-, Макроекономіка, Менеджмент, Економіка підприємства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Освітні компоненти для яких є базовою                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, Маркетингова політика розподілу, Маркетингова політика комунікацій, Логістика, Маркетинг промислового виробництва Курсова робота, Кваліфікаційна робота бакалавра                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.<br><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.<br><b>ЗК5.</b> Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.<br><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.<br><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.<br><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.<br><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.<br><b>ЗК10.</b> Здатність спілкуватися іноземною мовою.<br><b>ЗК11.</b> Здатність працювати в команді.<br><b>ЗК12.</b> Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).<br><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо         | <b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.<br><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.<br><b>СК5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.<br><b>СК6.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.<br><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.<br><b>СК8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.<br><b>СК9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.<br><b>СК10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.<br><b>СК11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.<br><b>СК12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.<br><b>СК13.</b> Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.<br><b>СК14.</b> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. |
| Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>ПРН 1.</b> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.<br><b>ПРН 4.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.<br><b>ПРН 9.</b> Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.<br><b>ПРН 12.</b> Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.<br><b>ПРН 15.</b> Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

|                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Анотація</b>                                                                                                | Навчальна дисципліна «Маркетинг» формує у студентів систему теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку. Вивчення навчальної дисципліни передбачає: з'ясування ролі маркетингу в системі управління підприємством; засвоєння теоретичних основ дисципліни (понятійного апарату, концепцій, моделей); опанування методологічного апарату маркетингового аналізу, планування та організації маркетингової діяльності.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Мета</b>                                                                                                    | формування у студентів системи теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Формат та методи навчання</b>                                                                               | Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), самостійна робота студента, індивідуальні завдання, підсумковий контроль – іспит (очний, дистанційний формат)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>«Правила гри»</b></p>  | <p><b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали.</li> <li>✓ Починаючи з другого заняття, на якому студент був відсутній без поважних причин, він зобов'язаний його відпрацювати у встановленому порядку</li> <li>✓ Порядок ліквідації заборгованостей пропущених занять погоджується між викладачем та студентом і може бути виконана у вигляді усної відповіді, підготовки короткого повідомлення на практичному занятті чи розгорнутого реферату на певну тему.</li> </ul> <p><b>Політика академічної доброчесності:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені.</li> <li>✓ Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань.</li> <li>✓ Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.</li> <li>✓ Презентації та виступи мають бути авторськими, оригінальними.</li> </ul> |

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

|           |                                                           |                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                   |                                                                                                    |
|-----------|-----------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекція 1  | Вступ до маркетингу                                       | Практичне заняття 1  | Сутність терміну „маркетинг”, основних його категорій. Сутність і роль обміну, основні умови його здійснення. Визначте поняття „ринок”. Характеристика видів ринку.                                                                                                                                   | Самостійна робота | Хронологія виникнення маркетингу                                                                   |
| Лекція 2  | Роль та місце маркетингу в сучасних умовах господарювання | Практичне заняття 2  | Історія виникнення маркетингу. Еволюція та основні концепції маркетингу. Сутність, особливості і умови використання концепцій маркетингу.                                                                                                                                                             |                   | Ринок як економічна основа маркетингу                                                              |
| Лекція 3  | Принципи, види, типи і форми маркетингу.                  | Практичне заняття 3  | Основні принципи і задачі маркетингу. Визначте поняття «управління маркетингом». Основні види попиту та їх характеристика. Форми маркетингу, визначте сутність і умови застосування. Модульна контрольна робота 1                                                                                     |                   | Дайте визначення нестатку, потребі та цінності. Розгляньте їх види і наведіть приклади.            |
| Лекція 4  | Моделі ринку                                              | Практичне заняття 4  | Визначення ринків. Сутність критеріїв за якими класифікуються ринки. Конкурентні моделі ринків, їх переваги та недоліки.                                                                                                                                                                              |                   | Галузева структура ринку України.                                                                  |
| Лекція 5  | Маркетингове середовище                                   | Практичне заняття 5  | Поняття маркетингового середовища фірми. Основні поняття мікросередовища. Форми і методи конкуренції. Макросередовище. Характеристика основних факторів і тенденцій. Навколишнє середовище. Сили та умови зовнішнього середовища. Фактори внутрішнього середовища.                                    |                   | Вплив контрольованих та неконтрольованих факторів зовнішнього середовища на прикладі підприємств.  |
| Лекція 6  | Напрямки дослідження ринку                                | Практичне заняття 6  | Дослідження навколишнього середовища маркетингу. Роль кліматичних і географічних умов на прийняття рішення щодо стратегії розвитку фірми. Особливості впливу політико-правових факторів на підприємницьку активність.                                                                                 |                   | Переваги та недоліки видів маркетингових досліджень                                                |
| Лекція 7  | Процес маркетингового дослідження                         | Практичне заняття 7  | Сутність і значення маркетингової інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи (МІС). Основні складові МІС. Процес маркетингового дослідження, його етапи. Види маркетингової інформації. Аналіз та обробка одержаної маркетингової інформації. Система забезпечення маркетингових рішень. |                   | Сучасні джерела формування маркетингової інформації.                                               |
| Лекція 8  | Прогнозування розвитку ринку                              | Практичне заняття 8  | Характеристика основних методів прогнозування розвитку ринку. Застосування моделей та методів прогнозування ринку. Модульна контрольна робота 2                                                                                                                                                       |                   | Прогнозування розвитку ринку товарів підприємства на засадах вивчення споживчої поведінки покупців |
| Лекція 9  | Фактори сегментації                                       | Практичне заняття 9  | Рівні сегментування ринку. Масовий маркетинг. Ринковий сегмент, ринкова ніша. Структури сегментування ринку.                                                                                                                                                                                          |                   | Лідогенерація.                                                                                     |
| Лекція 10 | Методи сегментації                                        | Практичне заняття 10 | Процес сегментування ринку. Основні принципи сегментування споживчих та індустріальних ринків. Критерії ефективного сегментування ринку.                                                                                                                                                              |                   | Кластерний аналіз.                                                                                 |
| Лекція 11 | Таргетування та позиціонування товару                     | Практичне заняття 11 | Вибір цільових сегментів ринку. Диференціювання продукту. Позиціонування товару.                                                                                                                                                                                                                      |                   | Позиціонування бренду.                                                                             |
| Лекція 12 | Процес стратегічного маркетингового планування            | Практичне заняття 12 | Сутність стратегічного планування, основні етапи. Процес маркетингового планування, його структура. Визначення місії організації, фірми.                                                                                                                                                              |                   | Характеристика основних соціальних класів. Референтні групи.                                       |
| Лекція 13 | Моделі прийняття стратегічних рішень                      | Практичне заняття 13 | Визначення маркетингових цілей. Формування маркетингової стратегії фірми. Розробка програми маркетингу.                                                                                                                                                                                               |                   | Етапі життєвого циклу сім'ї та поведінка споживача.                                                |
| Лекція 14 | Види маркетингових стратегій                              | Практичне заняття 14 | Організація реалізації маркетингу та контроль. Основні моделі прийняття стратегічних рішень.                                                                                                                                                                                                          |                   | Маркетингові стратегії сучасних підприємств України.                                               |
| Лекція 15 | Комплекс маркетингу                                       | Практичне заняття 15 | Складові комплексу маркетингу на різних типах ринку. Розвиток комплексу маркетингу.                                                                                                                                                                                                                   |                   | Можливі суперечності між відділом маркетингу та іншими службами                                    |

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран; Інформаційний ресурс - SMIDA (Stock market infrastructure development agency of Ukraine) <https://smida.gov.ua/db> Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=14>

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. – К. : Діалектика, 2020. – 880 с.
2. Будникевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навчальний посібник: к.: ЦНЛ. 2017. – 536 с.
3. Сахацький М.П., Ковтун О.В., Сахацький П.М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг» для студентів галузі знань – 07 «Управління та адміністрування» Одеса: ОДАБА. - 2018. 80 с.
4. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ :Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Маркетинг: бакалаврський курс. / С.М.Ілляшенко. – К.: КОНДОР, 2020. 1134 с.
6. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
7. Маркетинг. Навч. посібник/ за ред. Ковальчук С. В. К.: КОНДОР, 2019. 688 с.
8. Маркетинг. Навч. пос./Липчук В., Дудяк Р., Бугіль С., Янишин Я. К.: КОНДОР, 2020.456 с.



1. Маркетинг : навч. посібник / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко / за заг. ред. Старостіної А.О. – К. : «НВП «Інтерсервіс», 2018.
2. Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022.362 с.
3. Палига Є.М., Гірняк О.М., Лазановський П.П. Маркетинг: підручник. Львів: Українська академія друкарства, 2020. 352 с.
4. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник, 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

### Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім.. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
3. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.uam.kneu.kiev.ua/](http://www.uam.kneu.kiev.ua/)
4. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.udsa.org.ua](http://www.udsa.org.ua)
5. Офіційний сайт Асоціації зовнішньої реклами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.outdoor.org.ua](http://www.outdoor.org.ua)
6. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://adcoalition.org.ua>
7. «Цифровий маркетинг». Онлайн курс на MOOC платформі «Prometheus». URL: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021\\_T1](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1)
8. Онлайн симулятор «Email-маркетолог». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/email-marketing-simulator>
9. Онлайн симулятор «SEO-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/seo-specialist-simulator>
10. Онлайн симулятор «SMM-спеціаліст». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/smm-specialist-simulator>
11. Онлайн симулятор «Менеджер в Google Ads». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/manager-ga-simulator>
12. Онлайн симулятор «Основні кроки просування сайту». Дія.Освіта. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/simulators/basic-steps-of-website-promotion-simulator>

Додаткові джерела

## СИСТЕМА ОЦІНКИ

| Склад модулів                                                     |                         | Сума балів | ECST | Оцінка              | Рівень компетентності                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Форми та методи контролю                                          | Рейтингова оцінка, бали | 90 - 100   | A    | <b>відмінно</b>     | <b>Високий</b><br>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається. |
| Усне опитування на семінарських заняттях або тестування за темами | 3*4=12                  | 81 - 89    | B    | <b>добре</b>        | <b>Достатній</b><br>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни                                                                                                                                                                                                    |
| Виконання індивідуального завдання (реферат-презентація,)         | 15                      | 75 - 80    | C    |                     | <b>Достатній</b><br>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.                                                                                                                                                                                    |
| Практичне заняття (участь)                                        | 3*3=9                   | 65 - 74    | D    | <b>задовільно</b>   | <b>Середній</b><br>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                   |                         | 55 - 64    | E    |                     | <b>Середній</b><br>Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Модульна контрольна робота № 1,2                                  | 32*2                    | 30 - 54    | FX   | <b>незадовільно</b> | <b>Низький</b><br>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Підсумкова атестація                                              | 100                     | 0 - 29     | F    |                     | <b>Незадовільний</b><br>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

| Вид навчальних занять та контролю | Розподіл між навчальними тижнями |   |    |   |    |   |      |   |    |    |    |    |      |    |     | Вид підсумкового семестрового контролю |
|-----------------------------------|----------------------------------|---|----|---|----|---|------|---|----|----|----|----|------|----|-----|----------------------------------------|
|                                   | 1                                | 2 | 3  | 4 | 5  | 6 | 7    | 8 | 9  | 10 | 11 | 12 | 13   | 14 | 15  | <b>Залік</b>                           |
| Лекції                            | 2                                | 2 | 2  | 2 | 2  | 2 | 2    | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2    | 2  | 2   |                                        |
| Практ. заняття                    | 2                                |   | 2  |   | 2  |   | 2    |   | 2  |    | 2  |    | 2    |    | 1   |                                        |
| Сам. робота                       | 5                                | 5 | 5  | 5 | 5  | 5 | 5    | 5 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5    | 5  | 5   |                                        |
| Консультації                      |                                  |   |    |   |    |   | Конс |   |    |    |    |    | Конс |    |     |                                        |
| Поточний контроль                 | ВК, УО                           |   | УО |   | ПЗ |   |      |   | ПЗ |    | УО |    | ПЗ   |    |     |                                        |
| Модулі                            | ●                                |   |    |   | М1 |   | ●    | ● |    |    |    | М2 |      |    | ●   |                                        |
| Контроль за модулем №1            |                                  |   |    |   |    |   | КР1  |   |    |    |    |    |      |    |     |                                        |
| Контроль за модулем №2            |                                  |   |    |   |    |   |      |   |    |    |    |    |      |    | КР2 |                                        |
| Контроль самостійної роботи       |                                  |   |    |   |    |   |      |   |    |    |    |    | ЗСР  |    |     |                                        |

**Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Маркетинг»**

можна знайти за посиланням: <https://docs.google.com/forms/d/12Crpu6pxcg0WSkAe25MAcJHHfJ29i8mufV-QMfbVBd8/edit>

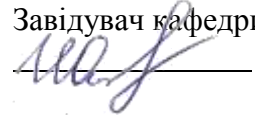
Результати опитування можна знайти за посиланням: – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=14>



Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 30.08.2024

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко Є.В./

«30» серпня 2024 р.



Розробники:

 /Бурцева О.Є./

 /Фоміченко І.П./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./