

	<p style="text-align: center;">Силабус навчальної дисципліни «<u>Основи маркетингу</u>»</p> <p>Освітньо-професійна програма <u>«Транспортні технології (на повітряному транспорті)»</u></p> <p>Спеціальність <u>275 «Транспортні технології (на повітряному транспорті)»</u></p> <p>Галузь знань <u>27 «Транспорт»</u></p>
Рівень освіти	Фахова передвища
Освітньо-професійний/освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Нормативна
Семестр	8
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	3 кредити ЄТКС / 90 годин
Мова викладання	Українська
Оригінальність навчальної дисципліни	<p>За умови мінливості і багатогранності сучасного світового техніко-економічного розвитку і зростаючої конкуренції перед кожним суб'єктом господарювання постає завдання створення конкурентоспроможного товару (роботи, послуги) з метою його подальшої комерціалізації на ринку. Першочерговим і визначальним в цьому процесі є якість товару (роботи, послуги), як ключовий елемент комплексу маркетингу підприємства, від якого залежить увесь його подальший ринковий успіх. Саме тому маркетинг виступає основою діяльності будь-якого суб'єкту господарювання.</p>
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи маркетингу» є ознайомлення здобувачів освіти з теоретичними основами маркетингу, сприяння формування маркетингового мислення та набуття практичних навичок щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на вирішення маркетингових проблем підприємства та адаптації його діяльності завдяки маркетинговим інструментам до змін у зовнішньому середовищі.</p>
Заплановані результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> - ПРН8. Вміти розв'язувати поставлені задач та приймати відповідні рішення; - ПРН10. Вміти працювати як індивідуально, так і в команді.
Заплановані знання та вміння	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сутність та призначення маркетингу; - механізм дії і використання економічних законів на макро- і макрорівнях; - зміст основних понять, категорій і законів маркетингу; - механізм розроблення і складові комплексу маркетингу підприємства. <p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - надавати наукове тлумачення особливостей формування і розвитку маркетингової політики підприємства; - орієнтуватися у складових маркетингового комплексу підприємства; - застосовувати методіку розроблення нового товару, встановлення ціни, розподілу товарів і формування рекламного звернення.
Навчальна логістика	<p style="text-align: center;">Програма навчальної дисципліни Розділ 1 Суть і зміст маркетингу</p> <p>Вступ до маркетингу Розділ 2 Маркетингові дослідження</p> <p>Маркетингова інформаційна система. Комплексне дослідження ринку.</p>

	<p>Розділ 3 Комплекс маркетингу Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова збутова політика. Маркетингова політика комунікацій.</p> <p>Розділ 4 Організація та контроль маркетингу Управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття.</p>
Пререквізити	«Основи економіки транспорту»
Постреквізити	«Виробнича практика»
Рекомендовані навчально-методичні матеріали для вивчення навчальної дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. Підручник. – К.: КНЕУ, 1998. 192 с. 2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К.: Лібра, 2004. 721 с. 3. Герасимчук В.И. Маркетинг: теорія і практика. Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 1994. 201 с.
Матеріально-технічне забезпечення	Для засвоєння здобувачами освіти лекційного матеріалу та практичних завдань при викладанні дисципліни застосовуються інтернет-додатки Google Classroom, Google Meet, Zoom.
Семестровий контроль, критерії оцінювання	<p>1 Поточний контроль результатів навчальної діяльності здобувачів освіти здійснюється на основі оцінки роботи на аудиторних заняттях (підготовка доповідей, відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних ситуацій, вміння формувати власні судження щодо особливостей функціонування елементів комплексу маркетингу підприємства) і результатів виконання завдань самостійної роботи.</p> <p>2 Підсумковий контроль результатів навчальної діяльності здобувачів освіти у формі диференційованого заліку.</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється за глибокі знання навчального матеріалу з навчальної дисципліни «Основи маркетингу», що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах, вміння аналізувати маркетингові явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку, чітко, лаконічно, логічно послідовно відповідати на поставлені питання, вміння застосовувати теоретичні положення при розв'язуванні практичних маркетингових ситуацій, узагальнювати опанований матеріал, самостійно користуватися джерелами інформації, приймати рішення.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється за міцні знання навчального матеріалу навчальної дисципліни «Основи маркетингу», включаючи аргументовані відповіді на поставлені питання, вміння застосовувати теоретичні положення дисципліни при розв'язанні практичних маркетингових ситуацій, вміння аналізувати й систематизувати інформацію, використовувати загальновідомі докази із самостійною і правильною аргументацією.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється за посередні знання навчального матеріалу навчальної дисципліни «Основи маркетингу», мало аргументовані відповіді, слабе застосування теоретичних положень при розв'язанні практичних маркетингових ситуацій.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється за незнання значної частини навчального матеріалу навчальної дисципліни «Основи маркетингу», суттєві помилки у відповідях на питання, невміння орієнтуватися при розв'язанні практичних маркетингових ситуацій, незнання основних фундаментальних положень навчальної дисципліни.</p>
Циклова комісія	Транспортної інфраструктури