

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Володимир ПИСАРЕНКО

«03» вересня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(обов'язкова навчальна дисципліна)

МАРКЕТИНГ

освітньо-професійна програма Менеджмент підприємства

спеціальність 073 Менеджмент

галузь знань 07 Управління та адміністрування

освітній ступінь бакалавр

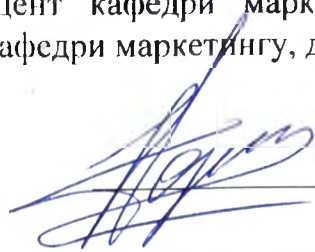
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій

Полтава
2024-2025 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг» для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Менеджмент підприємства спеціальності 073 Менеджмент

Мова викладання: державна

Розробник: Терещенко Іван, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент,
Писаренко Володимир, професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор
«03» вересня 2024 року

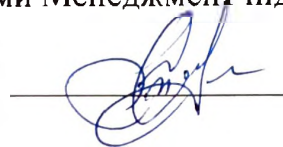


Іван ТЕРЕЩЕНКО

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу,
протокол від 03 вересня 2024 року № 1

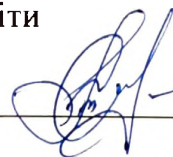
Погоджено гарантом освітньої програми Менеджмент підприємства

«03» вересня 2024 року



Тетяна САЗОНОВА

Схвалено головою ради з якості вищої освіти
спеціальності «Менеджмент»
протокол від 3 вересня 2024 року № 1



Тетяна САЗОНОВА

1. Опис навчальної дисципліни

Елементи характеристики	Денна форма	Заочна форма
Загальна кількість годин	150	150
Кількість кредитів	5,0	5,0
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	обов'язкова	обов'язкова
Рік навчання (курс)	2/073МЕН_бд_2023	2/073МЕН_бз_2023
Семестр	4	4
Лекції (годин)	34	8
Практичні (годин)	16	4
Самостійна робота (годин)	100	140
у т. ч. індивідуальні завдання (контрольна робота), годин	-	30
Форма семестрового контролю	екзамен	екзамен

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Сформувати у здобувачів вищої освіти системи поглядів та спеціальних знань необхідних для розуміння основних принципів і функцій маркетингу, ефективного управління маркетинговими процесами та реалізації маркетингових заходів у сучасному бізнес-середовищі з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

3. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Філософія», «Менеджмент», «Економіка підприємства».

4. Компетентності:

загальні:

ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 13. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

фахові:

СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК 11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

СК 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

СК 16. Здатність застосовувати сучасні технології створення та управління власним іміджем, а також іміджем підприємства, організації.

5. Програмні результати навчання

РН05. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

РН08. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

РН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

PH15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

Співвідношення програмних результатів навчання із очікуваними результатами навчання

Програмний результат навчання (визначений освітньою програмою)	Очікувані результати навчання навчальної дисципліни
PH05. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.	- визначити основні завдання та цілі маркетингової діяльності в організації;
PH08. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.	- розробляти маркетингові стратегії відповідно до загальної стратегії підприємства; - планувати та управляти маркетинговими проєктами; - використовувати маркетингові дослідження для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.
PH11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	- розуміти ключові маркетингові концепції та теорії; - описувати основні елементи маркетингового комплексу (4P) та їх роль у досягненні цілей бізнесу; - аналізувати ринкові умови, поведінку споживачів та конкурентне середовище; - оцінювати ефективність маркетингових заходів та каналів комунікації; - створювати ефективні маркетингові повідомлення, враховуючи специфіку цільових аудиторій.
PH15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.	- інтегрувати принципи соціальної відповідальності та сталого розвитку в маркетингові стратегії; - враховувати культурні особливості та різноманітність цільової аудиторії при створенні маркетингових комунікацій; - дотримуватися етичних стандартів у просуванні продукції та взаємодії зі споживачами.

6. Методи навчання і викладання

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування;*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, проєктування професійних ситуацій.*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.*

4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*

методи письмового контролю: *письмове виконання практичних завдань, самостійна робота.*

7. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Передумови виникнення концепції маркетингу. Зміст, поняття «маркетинг», характеристика маркетингу як культури, стратегії і тактики. Зіставлення концепції збуту і концепції маркетингу. Концепції маркетингу: виробнича, продуктова, збутова, соціально-етичного маркетингу. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. Основні поняття маркетингу

Тема 2. Класифікація маркетингу

Види маркетингу. Класифікація видів маркетингу в залежності від орієнтації маркетингової діяльності; сфери застосування; періоду часу, на який розробляється маркетингова політика підприємства; виду купівельного попиту; застосованої концепції керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; ступеня координації функцій, що виконуються на підприємстві; кінцевої мети маркетингової діяльності підприємства; видів продукції; рівня розв'язуваних задач; ступеня диференціації маркетингових функцій; територіальної ознаки.

Тема 3. Характеристика маркетингу

Система маркетингу. Принципи і цілі маркетингу. Комплекс задач маркетингу. Основні функції маркетингу. Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс). Маркетингове середовище.

Тема 4. Маркетингові дослідження

Зміст поняття «маркетингові дослідження», основні напрямки маркетингових досліджень. Етапи проведення маркетингового дослідження. Вторинна маркетингова інформація, характеристика її основних джерел. Методи збору первинної інформації. Анкета як основний інструмент дослідження методом опитування. Дослідження маркетингового середовища підприємства.

Тема 5. Маркетингова товарна політика

Сутність маркетингової товарної політики. Її структура й умови реалізації. Маркетингова концепція товару. Споживчі товари, їхня класифікація. Товари виробничого призначення, їхня класифікація. Конкурентна перевага, основні ознаки і види. Конкурентоздатність продукції, задачі аналізу. Блок-схема аналізу конкурентоздатності продукції. Одиничні, групові й інтегральні показники конкурентоздатності продукції. Характеристика понять: новий продукт, інновація, диференціація, диверсифікованість товару. Характеристика етапів розробки товару-новинки. Концепція життєвого циклу продукції і характеристика його основних етапів.

Тема 6. Маркетингова цінова політика

Значення ціни товару в умовах ринкових відносин. Зміст цінової політики. Етапи процесу ціноутворення на підприємстві. Цілі ціноутворення залежно від загальних маркетингових цілей. Фактори які впливають на ціноутворення в конкретних ринкових умовах. Вибір методу ціноутворення. Точка беззбитковості виробництва. Постійні і змінні витрати. Еластичність попиту за ціною.

Тема 7. Маркетингова політика продажу

Сутність маркетингової збутової політики. Мета збутової політики та її завдання. Канал збуту. Рівень каналу збуту. Довжина каналу збуту. Ширина каналу збуту. Функції каналів збуту. Посередники. Класифікація посередників. Прямий збут. Опосередкований збут. Фактори, що впливають на вибір посередника. Оптова торгівля. Форми оптових торговців. Роздрібна торгівля. Форми роздрібною торгівлі.

Тема 8. Маркетингова політика просування

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм планування комплексу маркетингових комунікацій і характеристика його основних етапів. Цільова аудиторія. Процес створення звернення. Вибір засобів поширення маркетингової інформації. Реклама. її види. Процес планування рекламних заходів. Персональний продаж. Різновиди торговельних

агентів. Промоутери, різновиди. Зв'язки з громадкістю. Додаткові засоби комплексу маркетингових комунікацій: виставки та ярмарки, спонсорство, брендинг.

Тема 9. Планування та організація маркетингу

Організація маркетингу. Оргструктури керування маркетингом. Функціональна; географічна; продуктова; ринкова; функціонально-продуктова; функціонально-ринкова; продуктово-ринкова; функціонально-продуктово ринкова структури керування маркетингом. Проектна структура керування. Матрична структура керування. Поняття стратегії маркетингу. Загальні маркетингові стратегії. Стратегії проникнення на ринко із новим товаром. Стратегії стосовно продукту: диференціація, лідерство по повних витратах, спеціалізація, диверсифікованість, розширення галузей використання продукту.

Тема 10. Контроль маркетингу

Сутність контролю маркетингу. Рівні контролю маркетингу. Оперативний (тактичний, адміністративний) контроль, або контроль результатів (за місяць, квартал, рік). Стратегічний (загальний, управлінський), основним елементом якого є маркетинговий аудит. Напрямами оперативного контролю маркетингу.

Тема 11. План маркетингу підприємства

Роль маркетингового плану, розуміння його значення для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Етапи розробки: аналіз, визначення цільової аудиторії, постановка маркетингових цілей. Формування стратегії, вибір конкурентних позицій, розробка продуктового портфеля, цінової політики та каналів просування. Бюджетування маркетингових заходів і визначення відповідальних осіб. Моніторинг та коригування плану. Систематичне відстеження плану виконання, аналіз ефективності заходів і внесення корективу.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин							
	денна форма 073МЕН бд 2023				заочна форма 073МЕН бз 2023			
	усього	у т. ч.			усього	у т. ч.		
		л	п	с.р.		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	13	2	2	9	13	2	-	11
Тема 2. Класифікація маркетингу	13	2	2	9	13	2	-	11
Тема 3. Характеристика маркетингу	13	2	2	9	13	2	-	11
Тема 4. Маркетингові дослідження	13	2	2	9	13	-	2	11
Тема 5. Маркетингова товарна політика	13	2	2	9	13	-	2	11
Тема 6. Маркетингова цінова політика	13	2	2	9	14	2	-	12
Тема 7. Маркетингова політика продажу	13	2	2	9	14	-	-	14
Тема 8. Маркетингова політика просування	13	2	2	9	14	-	-	14
Тема 9. Планування та організація маркетингу	15	6	-	9	14	-	-	14
Тема 10. Контроль маркетингу	15	6	-	9	14	-	-	14
Тема 11. План маркетингу підприємства	16	6	-	10	15	-	-	15
в т.ч. індивідуальні завдання (контрольна робота)	-	-	-	-	30	-	-	30
Усього годин	150	34	16	100	150	8	4	138

8. Теми практичних занять

Назви тем	Кількість годин	
	денна форма 073МЕН бд 2023	заочна форма 073МЕН бз 2023
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	2	-
Тема 2. Класифікація маркетингу	2	-
Тема 3. Характеристика маркетингу	2	-
Тема 4. Маркетингові дослідження	2	2
Тема 5. Маркетингова товарна політика	2	2
Тема 6. Маркетингова цінова політика	2	-
Тема 7. Маркетингова політика продажу	2	-
Тема 8. Маркетингова політика просування	2	-
Тема 9. Планування та організація маркетингу	-	-
Тема 10. Контроль маркетингу	-	-
Тема 11. План маркетингу підприємства	-	-
Разом	16	4

9. Теми самостійної роботи

Назви тем	Кількість годин	
	денна форма 073МЕН бд 2023	заочна форма 073МЕН бз 2023
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	9	11
Тема 2. Класифікація маркетингу	9	11
Тема 3. Характеристика маркетингу	9	11
Тема 4. Маркетингові дослідження	9	11
Тема 5. Маркетингова товарна політика	9	11
Тема 6. Маркетингова цінова політика	9	12
Тема 7. Маркетингова політика продажу	9	14
Тема 8. Маркетингова політика просування	9	14
Тема 9. Планування та організація маркетингу	9	14
Тема 10. Контроль маркетингу	9	14
Тема 11. План маркетингу підприємства	10	15
в т.ч. індивідуальні завдання (контрольна робота)	-	30
Разом	100	138

10. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота здобувача вищої освіти спрямована на закріплення теоретичного матеріалу та практичних навичок. Реалізація цього напрямку роботи передбачена шляхом виконання здобувачами вищої освіти заочної форми індивідуального завдання у вигляді позааудиторної контрольної роботи.

11. Оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю програмних результатів навчання
РН05. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.	для денної форми: <ul style="list-style-type: none">- виконання практичних завдань;- обговорення теоретичних питань;- виконання завдань самостійної роботи;- екзамен. для заочної форми: <ul style="list-style-type: none">- виконання практичних завдань;- обговорення теоретичних питань;- виконання контрольної роботи;- екзамен.
РН08. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.	
РН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	
РН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.	

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях впродовж семестру у формі виконання практичних завдань, обговорення теоретичних питань, виконання завдань самостійної роботи. Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом є екзамен. Критерієм успішного навчання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним результатом навчання навчальної дисципліни та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом. Мінімальний пороговий рівень оцінки за програмним результатом навчання не може бути нижчим за 60 % від підсумку максимально можливої кількості балів.

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
(денна форма здобуття освіти)**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	виконання практичних завдань	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	підготовка реферату та презентації	екзамен	
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	2	2	2			6
Тема 2. Класифікація маркетингу	3	2	2			7
Тема 3. Характеристика маркетингу	3	2	2			7
Тема 4. Маркетингові дослідження	3	2	2			7
Тема 5. Маркетингова товарна політика	3	2	2			7
Тема 6. Маркетингова цінова політика	3	2	2			7
Тема 7. Маркетингова політика продажу	3	2	2			7
Тема 8. Маркетингова політика просування	3	2	2			7
Тема 9. Планування та організація маркетингу		2	2			4
Тема 10. Контроль маркетингу		2	2			4
Тема 11. План маркетингу підприємства		2	2			4
За будь якою темою на вибір				6/7		13
Екзамен					20	20
Всього	23	22	22	13	20	100

(заочна форма здобуття освіти)

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	виконання практичних	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	виконання контрольної роботи	екзамен	
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	-	-	2	-	-	2
Тема 2. Класифікація маркетингу	-	-	2	-	-	2
Тема 3. Характеристика маркетингу	-	-	2	-	-	2
Тема 4. Маркетингові дослідження	6	3	-	-	-	9
Тема 5. Маркетингова товарна політика	6	3	-	-	-	9
Тема 6. Маркетингова цінова політика	-	-	2	-	-	2
Тема 7. Маркетингова політика продажу	-	-	2	-	-	2
Тема 8. Маркетингова політика просування	-	-	2	-	-	2
Тема 9. Планування та організація маркетингу	-	-	-	-	-	-
Тема 10. Контроль маркетингу	-	-	-	-	-	-
Тема 11. План маркетингу підприємства	-	-	-	-	-	-
Індивідуальне завдання (контрольна робота)				50		50
Екзамен					20	20
Всього	12	6	12	50	20	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Кількість балів		Критерії оцінювання
3	6-5	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав практичне завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки. Здобувач вищої освіти на занятті показує високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання
2	4-3	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання практичного завдання (задачі) та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні. Здобувач вищої освіти на занятті показує достатній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання
1	2-1	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Незначна активність на занятті, показує низький рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання
0		завдання не виконане, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання обговорення теоретичних питань

Кількість балів		Критерії оцінювання
2	3-2	відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою.
1		відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання.
0		відповідь не правильна, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації (для денної форми здобуття освіти)

Кількість балів		Критерії оцінювання
7-6		високий рівень опанування РН – здобувач демонструє розуміння сутності відображеного матеріалу, побудова презентація логічна та самостійна у викладі; презентація графічно насичена, що покращує сприйняття матеріалу, питання повністю розкриті.
5-4		середній рівень опанування РН – здобувач демонструє знання і розуміння основних положень матеріалу що викладається, але подає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо відображає матеріал; недостатньо використано графічний матеріал для кращого сприйняття, питання розкриті частково.
3-1		низький рівень опанування РН – здобувач демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; подає матеріал на низькому рівні, мало графічного матеріалу, який відображає матеріал презентації, питання розкриті не в повному обсязі.
0		дуже низький рівні опанування РН – здобувач не виконав завдання, або демонструє подання матеріалу, що не відповідає темі.

**Шкала та критерії оцінювання написання реферату
(для денної форми здобуття освіти)**

К-сть балів	Критерії оцінювання
6-5	Виконані всі вимоги до написання і захисту реферату; визначена проблема й обгрунтована її актуальність; зроблений аналіз різних поглядів на проблему науковців; сформульовані чіткі завдання дослідження; логічно викладена власна позиція; зміст реферату відповідає темі, що розкрита повністю; сформульовані висновки відповідно до завдань; витриманий обсяг реферату; дотримані вимоги до зовнішнього оформлення; дані правильні відповіді на додаткові питання; демонструє ефективну роботу з інформацією: добирає необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізує й інтерпретує її, впорядковує, класифікує й систематизує, в процесі доповіді демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.
4-3	Основні вимоги до реферату і його захисту виконані, але при цьому допущені деякі недоліки; не обгрунтовано актуальність проблеми, висновки не чіткі; наявні певні неточності у викладенні матеріалу; вимоги щодо оформлення реферату дотримані; демонструє ефективну роботу з інформацією: добирає необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізує й інтерпретує її, впорядковує, класифікує й систематизує, але на додаткові питання дані неповні відповіді; здобувач вищої освіти в процесі доповіді демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.
2-1	Є істотні відступи від вимог до реферування, зокрема: тема розкрита лише частково; допущені фактичні помилки в змісті реферату або при відповіді на додаткові питання; висновки відсутні; з інформацією працює не ефективно, здобувач вищої освіти в процесі доповіді демонструє достатній рівень фундаментальних принципів буття людини, природи, суспільства, вміння критично мислити у сфері професійної діяльності. Здобувач демонструє низький рівень формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.
0	Реферативна робота не відповідає вимогам до написання, здобувач вищої освіти в процесі доповіді демонструє низький рівень вміння критично мислити у сфері професійної діяльності, робота з інформацією не ефективна, або реферативна робота невиконана. Все зазначене унеможливорює визначення рівня опанування РН.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
2	Здобувач вищої освіти правильно виконав завдань самостійної роботи, вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Чітко аргументує свої думки. Відповідь містить обгрунтовані висновки. Здобувач вищої освіти на занятті показує високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання
1	Здобувач вищої освіти показує знання методики виконання завдань самостійної роботи та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні. Здобувач вищої освіти на занятті показує достатній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання
0	завдання не виконане, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання позааудиторної контрольної роботи (для здобувачів заочної форми здобуття освіти)

Кількість балів	Критерій оцінювання
40-50	здобувач вищої освіти виявив високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; питання розкриті у повному обсязі, присутній аналіз, самостійне бачення та наведені практичні приклади, оформлення відповідає вимогам; здана вчасно
30-40	здобувач вищої освіти виявив достатній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; в цілому вірно викладена сутність питань, але без наведення прикладів, додаткової інформації; оформлення відповідає вимогам; здана вчасно
20-30	здобувач вищої освіти виявив середній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; у змісті відповіді на завдання, спостерігаються помилкові судження, недостатньо повна інформація, відсутній самостійний аналіз, приклади; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам
10-20	здобувач вищої освіти виявив задовільний рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; у відповідях спостерігаються значні помилки, але здобувач орієнтується у сутності, змісті питань; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам
1-10	здобувач вищої освіти виявив низький рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; завдання виконані на слабкому рівні, або допущені грубі помилки у виконанні; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам
0	здобувач завдання не виконав, або виконав з великою кількістю помилок; оформлення не відповідає вимогам, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
для теоретичного питання*	0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти
	1	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
	2	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
	3	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
	4	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять
	5	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, вдало наводить приклади.
Максимальна кількість балів за теоретичні питання	10 балів	

Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0-1	Відсутність розрахунку практичної ситуації, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти
	2-3	Здобувач вищої освіти планує та виконує частину завдання за допомогою викладача
	5-6	Здобувач вищої освіти має елементарні, нестійкі навички виконання завдання
	7-8	Здобувач вищої освіти за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання
	9-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань
Максимальна кількість балів за професійно-орієнтоване (практичне завдання)	10 балів	
Всього	20 балів	

*Іспит складається з 2 теоретичних питань

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачено під час реалізації навчальної дисципліни

Мультимедійний проектор, мережа Wi-Fi, платформа MS Windows 10 Pro, Windows 10 Edu, Office 365 (10000 ліцензій для студентів), Internet-браузери, Електронна бібліотека ПДАУ, Електронний репозитарій ПДАУ

13. Політика навчальної дисципліни

1. **Терміни виконання та перескладання** регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/qhurvx> та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/dcddab>.

Здобувач вищої освіти, який з поважних причин, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю і набрав кількість балів меншу, ніж межа незадовільного навчання (не більше 59-ти балів за 100-бальною шкалою), зобов'язаний у тижневий термін після отримання довідки, затвердженої закладом охорони здоров'я або іншого підтверджувального документа, подати їх до директорату. У такому разі розпорядженням директора навчально-наукового інституту визначається термін ліквідації поточної академічної заборгованості і йому видаються аркуші поточної успішності здобувача вищої освіти.

Здобувач вищої освіти, який є недопущеним до семестрового контролю з навчальної дисципліни у разі набрання кількості балів менше ніж межа незадовільного навчання на дату семестрового контролю без поважної причини, має підсумкову академічну заборгованість. Ліквідація здобувачем підсумкової академічної заборгованості здійснюється згідно з графіком ліквідації підсумкової академічної заборгованості, що розробляється працівниками директорату та затверджується директором навчально-наукового інституту. Термін ліквідації підсумкової академічної заборгованості встановлює директорат, але зазвичай не довше, ніж два тижні після початку наступного навчального семестру.

Повторне проходження контрольного заходу для ліквідації підсумкової академічної заборгованості допускається не більше двох разів: один раз викладачеві, другий – комісії, яку формує директор навчально-наукового інституту за участю викладачів відповідної кафедри. Отримана оцінка у разі другого повторного проходження контрольного заходу є остаточною.

2. Академічна доброчесність. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: <http://surl.li/irohph>. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності <http://surl.li/sbyeab> та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету <http://surl.li/cbcoqm>.

3. Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти зобов'язані бути присутніми на заняттях і не пропускати їх без поважної причини. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.

4. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: <http://surl.li/britcc>.

Назви тем	Навчальна платформа	Назва курсу	Посилання на курс
Тема 3. Характеристика маркетингу	Prometheus	Цифрові медіа та основи маркетингу	https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing/
Тема 4. Маркетингові дослідження	Prometheus	Підприємництво: Хто ваш клієнт?	https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+ENTREPRENEURSHIP101+2021_T2
Тема 5. Маркетингова товарна політика	Prometheus	Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності	https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MARKETING101+2015_T2

5. Оскарження результатів оцінювання регламентується Положенням про

оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/blxuji>.

Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора навчально-наукового інституту. Заява щодо оскарження результатів оцінювання розглядає апеляційна комісія, сформована розпорядженням директора навчально-наукового інституту.

Апеляційна комісія протягом трьох робочих днів ухвалює рішення про наявність або відсутність підстав оскарження результату оцінювання. Присутність здобувача вищої освіти на засіданнях апеляційної комісії є обов'язковою. Висновки апеляційної комісії оформляються відповідним протоколом і доводяться до відома здобувача вищої освіти і викладача, який проводив контрольний захід.

14. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг: навч. посіб. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: <http://surl.li/qzvmvk>
2. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. URL: <http://surl.li/sftzbw>
3. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: навч. посіб. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL: <http://surl.li/byifsy>
4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посіб. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://surl.li/kkckir>
5. Багорка М. О., Писаренко В. В., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Антикризовий маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Журфонд, 2022. 344 с.
6. Писаренко В. В., Багорка М. О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Пороги, 2020. 239 с.
7. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: Волиньполіграф. 2022. 408 с.

Допоміжні

1. Зоріна О. І., Сиволовська О. В., Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингові комунікації: навч. посібн. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227 с. URL: <http://surl.li/mllesk>
2. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А. Інноваційний маркетинг: навч. посібн. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2022. 145 с. URL: <http://surl.li/zcxnbc>
3. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навч. посіб. Київ: КиМУ, 2022. 228 с
4. Абрамович І., Квасова М. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. (39). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-8>
5. Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Маркетингова товарна політика — інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 61–68. URL: DOI: 10.32702/2306-6792.2020.1.61
6. Краус К. М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 226 с.
7. Шульга Л. В., Терещенко І.О., Бандурка Д. І., Комар В. П., Артеменко О. Ю. Фактори формування конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Ефективна економіка* 2023. № 7. URL:

<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1882/1899>

8. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Острянин В. С., Пересадило Є. В., Бандурка Д. І. Механізм формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства. *АгроСвіт*. № 22, 2023 р. С. 92-97. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/2407/2443>

Інформаційні ресурси

1. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/>.
2. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
3. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>
4. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
5. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/>
6. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>
7. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam.in.ua/>
8. GrowHow.in.ua – онлайн-журнал про вирощування, управління та агробізнес. URL: <https://www.growhow.in.ua/>