

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми *Маркетинг*

Силабус освітнього компонента ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, за освітньо-професійною програмою Маркетинг.

Розробник: Букало Н.А., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми:

Тетяна ДАНИЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
протокол №2 від 02.09.2022 р.

Завідувач кафедри

Олена ПАВЛОВА

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Бакалавр	Нормативний
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 1
		Семестр 1
		Лекції 36 годин
		Практичні (семінарські) 36 год Лабораторні 0 год. Індивідуальні 0 год.
		Самостійна робота 40 годин
ІНДЗ: немає		Консультації 8 годин
		Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача (-ів)

Букало Надя Артемівна, к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
тел. 0(332)248978, BukaloNadiya@vnu.edu.ua, G412

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента.

Освітній компонент «Вступ до спеціальності» належить до переліку нормативних освітніх компонентів за освітнім ступенем «Бакалавр».

Предметом вивчення освітнього компонента є процеси і методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Освітній компонент «Вступ до спеціальності» передбачений для підготовки здобувачів освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг». У сучасних умовах глобальних зрушень у житті нашої держави актуальним є формування у студентів загального уявлення про структуру, зміст, характер і специфіку їхньої майбутньої професійної діяльності, формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах, ознайомлення зі змістом та основними формами навчання у вищому закладі освіти, видами і формами перевірки й оцінки знань, умінь та навичок.

2. Мета і завдання освітнього компонента.

Мета освітнього компонента – передбачає ознайомлення здобувачів освіти із значенням, змістом, специфікою та особливостями обраного ними фаху, сучасним станом і перспективами розвитку обраної спеціальності, показати роль і місце маркетингової служби на підприємствах різної форми власності та видів діяльності.

Завдання: розкрити місце економічної підготовки здобувачів освіти у їх професійній підготовці, шляхи формування культури економічного спілкування; дати уявлення про раціональні форми і методи самостійної роботи з оволодіння спеціальністю, про роль самовиховання у формуванні основ майстерності з маркетингу; ознайомити майбутніх маркетологів з системою вищої освіти в Україні, принципами її побудови; сприяти формуванню особистості майбутнього бакалавра, розвитку його культури, ерудиції; вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

3. Результати навчання (компетентності).

Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетенції

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Фахові компетенції

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

.

Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН15. 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.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН19. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.

4. Структура освітнього компонента

Схема освітнього компонента денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Пр.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Збір, систематизація і подання статистичної інформації						
Тема 1. Вступ до фаху в контексті дисциплін професійної підготовки	6	2	2	2	-	О,Т/ 2
Тема 2 Організація навчального процесу у ВНУ імені Лесі Українки. Нормативно-правова база функціонування вищої освіти	7	2	2	3	-	О,Т,РЗ/ 3
Тема 3. Загальна характеристика освітнього процесу	7	2	2	3	-	О,Т,РЗ/ 3
Тема 4. Науково-методичне забезпечення навчального процесу	9	3	2	3	1	О,Т,РЗ/ 3
Тема 5. Організація навчальних занять	10	4	2	3	1	О,Т,РЗ/ 3
Тема 6. Практична підготовка і самостійна робота студента	10	2	4	3	1	О,Т,РЗ/ 3
Тема 7. Індивідуальна робота та перевірка навчальних досягнень студента	11	3	4	3	1	О,Т,РЗ/ 3
Разом за модулем 1	60	18	18	20	4	20
Змістовий модуль 2. Узагальнюючі статистичні показники						
Тема 8. Загальна характеристика професії. Зміст, характер і сфери майбутньої професійної діяльності маркетинг	13	4	4	4	1	О,Т,РЗ/ 5
Тема 9. Маркетингова товарна політика	11	4	4	3	-	О,Т,РЗ/ 5
Тема 10. Маркетингова цінова політика	11	3	4	4	-	О,Т,РЗ/ 5
Тема 11. Маркетингова політика комунікацій в системі управління підприємством	9	3	2	3	1	О,Т,РЗ/ 5
Тема 12. Контроль маркетингової	8	2	2	3	1	О,Т,РЗ,П

діяльності						/ 5
Тема 13. Система інтелектуальної власності.	8	2	2	3	1	О,Т,РЗ,П / 5
Разом за модулем 2	60	18	18	20	4	20
МКР/КР						30
МКР/КР						30
Всього годин / Балів	120	36	36	40	8	100

*Методи контролю *: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/РС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, П – презентація роботи; Р – реферат, О-опитування, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.*

5. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота здобувача освіти (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з вивчення рекомендованої літератури.
3. Вивчення основних термінів та понять за темами дисципліни.
4. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, тестування.
5. Контрольна перевірка кожним здобувачем освіти особистих знань за запитаннями для самоконтролю.

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо здобувача освіти

Відвідування занять є обов’язковим компонентом вивчення навчальної дисципліни. Про відсутність з поважних причин здобувачі освіти зобов’язані доводити до відома викладача заздалегідь. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, карантин, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із деканатом та викладачем.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти. Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2021-02/Polozhennia_%20vyznannia_rezultatuv_navchannia_formalnii.pdf). Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, контрольній роботі тощо, які передбачені силабусом навчальної дисципліни:

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-2 бали). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

V. Підсумковий контроль

Залік відбувається на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру: аудиторної роботи під час лекційних, практичних, самостійної роботи, тестових завдань. Залік виставляється за умови, якщо здобувач освіти виконав усі види навчальної роботи, які визначені програмою (силабусом) навчальної дисципліни, та отримав не менше ніж 60 балів. У випадку незадовільної підсумкової семестрової оцінки, або за бажання підвищити рейтинг, здобувач освіти може добрати бали, виконавши певний вид робіт (наприклад, пройти тестування по всіх темах, зробити розрахункові завдання тощо).

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Голос України. 2017. 27 верес. (№ 178-179)
2. Волинський національний університет імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk>
3. Статут Волинського національного університету імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/statut-snu-imeni-lesi-ukrayinki>
4. Стратегія розвитку Волинського національного університету імені Лесі Українки : вебсайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/strategiya-rozvitku-shidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetuimeni-lesi-ukrayinki>
5. Програма реалізації стратегії Волинського національного університету імені Лесі Українки протягом 2020-2024рр.: веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/programa-rozvitkushidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetu-imeni-lesi-ukrayinki-na-2020-2024>
6. Кодекс академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки: веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks-akademichnoyidobrochesnosti.pdf>
7. Положення «Про Комітет етики з наукових досліджень ВНУ імені Лесі Українки»: вебсайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Komitet-z-etyky-naukovyh-doslidzhen.pdf>
8. Положення «Про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у науководослідній діяльності науково-педагогічних працівників ВНУ імені Лесі Українки» : веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>
9. Положення «Про індивідуальний навчальний план студента» : веб-сайт URL: https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Induvid_navj_plan_stud.pdf
10. Положення «Про формування порядку формування індивідуальної траєкторії навчання студентів ВНУ імені Лесі Українки» : веб-сайт URL: <http://surl.li/keef>
11. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010, ДК 009:2010. URL:http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
12. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2010. URL:http://ukrstat.org/uk/konsult_cent/11_kopfg.htm
13. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.svb.org.ua/publications/kontsepsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoi-vidpovidalnostibiznesu>
14. Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс». 2019. 496 с.
15. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.

14. Кармінська-Белоброва М.В. Конспект лекцій з дисципліни «Вступ до спеціальності» для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Х.: НТУ «ХП», 2018 р. С. 128.

15. Писаренко Л., Царьова Т.А., Кофанов Є. Маркетинг. Вступ до спеціальності: навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 82 с

16. Удріс, Н. Рекламна комунікація: навч. посіб. Київ: Спринт-Сервіс, 2014. 127 с.

17. Андрєєва В.М., Кайлюк Є.М., Шаповаленко Д.О. Маркетинг і поведінка споживача на ринку комунальних послуг: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2007. 150 с.

18. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 №1023-ХІІ (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

19. Букало Н.А., Новицька Ю.В. Особливості обліку торгівельних знижок на підприємствах торгівлі та відображення їх у фінансовій звітності // Економіка та суспільство. Мукачево: 2016. №2. С. 715-719. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in.ua>

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

3. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>

4. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

5. Державний служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>

7. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.