



ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»

Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

РОБОЧА ПРОГРАМА (СИЛАБУС)
навчальної дисципліни
МАРКЕТИНГ
на 2025/2026 навчальний рік

1. Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування, право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Діджитал маркетинг
Статус дисципліни	Обов'язкова
Форма здобуття освіти	Очна
Рік підготовки, семестр	1 рік, 2 семестр
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	4 / 120
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Модульний контроль
Мова викладання	Українська
Розміщення курсу	Google classroom

2. Інформація про викладача

1. Викладач: Щаслива Лілія Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування.

Графік роботи: за розкладом.

2. Віртуальний офіс: E-mail l.schasлива@istu.edu.ua, посилання на вебінар Google Meet в Google classroom, графік консультацій: Понеділок 10:00 – 11:00.

Більше інформації про викладача можна знайти на офіційному сайті Університету за цим [посиланням](#).

3. Анотація навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни: Формування у здобувачів освіти системного розуміння сутності, принципів та інструментів сучасного маркетингу. Розвиток аналітичного, абстрактного та системного мислення.

Завдання навчальної дисципліни:

- Ознайомлення здобувачів з базовими знаннями, передбачених змістом навчальної дисципліни, та формування у них відповідних умінь.
- **розвиток у здобувачів таких комунікаційних навичок:**
 - командної роботи при колективному обговоренні проблемних ситуацій та комплексних завдань;

- обґрунтування вибору методу розв'язування спеціалізованих задач та правильності отриманого розв'язку, на основі знання теоретичних засад та практичної підготовки щодо організації маркетингової діяльності;
 - конструктивного сприйняття та аналізу критичних зауважень до виконаних завдань та наданих відповідей на запитання.
- **формування здатності застосовувати знання та навички самостійно та відповідально:** аналізувати завдання та обрати ефективний метод його вирішення.

Внесок навчальної дисципліни у формування програмних компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.

Навчальна дисципліна робить внесок у формування таких компетентностей та досягнення таких результатів навчання, передбачених освітньою програмою:

Загальні компетентності (ЗК):

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 компетентності (ФК):

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.

Програмні результати навчання (ПРН):

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.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

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

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

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.

Пререквізити: базові знання з економічної теорії та мікроекономіки, категорійно-понятійного апарату маркетингу; функцій та завдань маркетингу; концепцій та принципів маркетингу.

Рекомендовані навчальні матеріали та ресурси:

Основні:

1. 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.
2. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. — Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
3. Котлер Ф., Армсторг Г. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ : Науковий Світ, 2022. 880с.
4. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика. Підручник. Луцьк: СПД Гадяк Ж.В., друкарня “Волиньполіграфія”, 2022. 408 с.
5. Старостіна А.О. Маркетинг: світовий досвід та український вимір: підручник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с.

Допоміжні:

6. Буряк Р.І. Маркетинг: підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти. 2-ге вид. перероб. та допов. - К.: ЦП “КОМПРИНТ”, 2023. 537 с.
7. Збарський, В.К. Маркетингові дослідження : навчально-науковий посібник / В.К. Збарський, М.П. Талавири, А.Д. Остапчук. К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. 574 с.
8. Райс Ел, Траут Джек Маркетингові війни; пер. з англ. В. Стельмах. Харків: Видавництво «ранок»: Фабула, 2022. 240 с.
9. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. С 68 Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник / А. В. Софієнко., В. В. Шукліна, Р. М. Набока. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
10. Словник понять і термінів з маркетингу / Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т, Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. - Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с.

Інформаційні ресурси:

11. Маркетинг в Україні /Науковий журнал/ Доступно з <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/>
12. Маркетинг і менеджмент інновацій /Науковий журнал/ Доступно з <https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/>
13. Об'єднання маркетологів України. URL: <https://omu.marketing/>
14. Матеріали сайту Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
15. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
16. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://www.uam.in.ua>
17. Українська мережа ділової інформації. URL: <http://www.liga.net>

4. Організація вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Форми занять (найменування, кількість годин)	Форми контролю	Максимальна кількість балів
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Основи сучасного маркетингу			
Тема 1. Сутність та еволюція концепції маркетингу. Характеристики сучасного маркетингу			
	Лекція 1- 2 год.		
	Практичне заняття 1 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Тема 2. Маркетингові дослідження та інформація. Вивчення ринку			
	Лекція 2 - 2 год.		
	Практичне заняття 2,3 -4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Тема 3. Планування маркетингової діяльності на підприємстві			
	Лекція 3 - 2 год.		
	Практичне заняття 4,5 - 4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Тема 4. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві			
	Лекція 4 - 2 год.		
	Практичне заняття 6,7 - 4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Разом за поточну роботу			60
	Модульний контроль 1 — 2 год.	Комп'ютерне тестування	40
Разом за кредитним модулем			100
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Комплекс маркетингу			
Тема 5. Маркетингова товарна політика. Життєвий цикл товару			
	Лекція 5 - 2 год.		
	Практичне заняття 8 – 2 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Тема 6. Маркетингова цінова політика. Маркетингові стратегії ціноутворення			
	Лекція 6 - 2 год.		
	Практичне заняття 9,10 – 4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	

Тема 7. Маркетингова політика розподілу та збуту			
	Лекція 7 - 2 год.		
	Практичне заняття 11.12 – 4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій			
	Лекція 8 - 2 год.		
	Практичне заняття 13,14 – 4 год.	Перевірка індивідуального завдання Тестування	10 5
	Самостійна робота – 9 год.	Див. примітку *.	
Разом за поточну роботу			60
	Модульний контроль 2 — 2 год.	Комп'ютерне тестування	40
Разом за кредитним модулем			100

*Примітка. Питання та завдання за матеріалом, винесеним на самостійне опрацювання, включені до індивідуальних завдань та тестів модульного контролю.

5. Політика навчальної дисципліни

5.1 Політика щодо відвідування занять

- аудиторні заняття з навчальної дисципліни проводяться згідно з розкладом, який розміщений на офіційному сайті Університету (ознайомитись за посиланням [Розклад](#));
- права, обов'язки та основні правила поведінки здобувачів освіти протягом навчання в Університеті регламентується [Правилами внутрішнього розпорядку для студентів МНТУ](#).

5.2 Політика оцінювання навчальних досягнень здобувачів

- система, шкали та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів наведені у [Положенні про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#);
- **критерії оцінювання.**

Критерії оцінювання індивідуальних практичних занять:

Програмою передбачено виконання практичних індивідуальних завдань з навчальної дисципліни з максимально можливою кількістю балів 10 за кожне. Критерії оцінювання кожного завдання подані у таблиці

Етапи розв'язування завдання	Кількість балів		
	Правильно, ефективно, 3 бали	Правильно, не ефективно, 2 бали	Неправильно чи не обрано, 0 балів
Вибір та обґрунтування методики (методу, технології, способу)	Правильно, ефективно, 3 бали	Правильно, не ефективно, 2 бали	Неправильно чи не обрано, 0 балів
Виконання завдання	Без помилок, 4 бали	Незначні помилки, 2 бали	Значні помилки, відсутність, 0 балів
Результат	Правильний, 2 бали	Неточний, 1 бал	Неправильний чи відсутній, 0 балів
Діагностика (перевірка результату)	Правильна, 1 бал	Неточна, 0,5 балів	Неправильна чи відсутня, 0 балів

Критерії оцінювання тестових завдань.

Кожне тестове завдання складається з кількох тестів, що оцінюються визначеною кількістю балів. Якщо тест виконаний правильно, то здобувач отримує цю кількість балів, якщо неправильно, то нуль балів.

- визначені силабусом навчальні завдання є обов'язковими для виконання здобувачами освіти. Розподіл балів за окремі завдання вказаний у розділі 5 «Організація вивчення навчальної дисципліни»;
- здобувач може набрати додаткові бали шляхом підготовки тез на наукову студентську конференцію та участі у ній. Максимальна кількість додаткових балів 10;
- максимальна кількість балів за поточну роботу упродовж кредитного модуля становить 60 балів, мінімальна кількість балів для допуску до підсумкового оцінювання кредитного модуля становить 30 балів; максимальна кількість балів за підсумкове оцінювання модульного контролю становить 40 балів;
- можуть бути визнані та зараховані (повністю чи частково) у межах навчальної дисципліни результати навчання, досягнуті здобувачем поза навчальними заняттями в ЗВО «МНТУ» через формальну освіту (на основі додатку до диплому чи академічної довідки), що регулюється [Положенням про організацію освітнього процесу](#), або неформальну, інформальну освіту (через процедуру визнання, яка регулюється [Порядком визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та інформальної освіти](#)).

5.3 Політика щодо дедлайнів та перескладання

- усі передбачені програмою завдання мають бути виконані у встановлені викладачем терміни;
- робота, яка здається здобувачем менше ніж за п'ять робочих днів до модульного контролю без поважних причин, не перевіряється викладачем;
- здобувачу, який не здав роботу у встановлені терміни з поважних причин, надається можливість здати її після встановленого терміну за погодженням із викладачем;
- ліквідація академічної заборгованості відбувається у встановлені графіком освітнього процесу терміни та у порядку, передбаченим у [Положенні про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).

5.4 Політика дотримання принципів академічної етики та доброчесності

- здобувачі мають дотримуватись принципів академічної етики та доброчесності наведених у [Кодексі академічної етики](#) та [Положенні про академічну доброчесність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних, наукових і педагогічних працівників Закладу вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).
- порушення принципів академічної доброчесності тягне за собою цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність, передбачену чинним законодавством та наведеним вище положенням;
- Університет визнає важливість різноманітності студентського контингенту і прагне до створення комфортного інклюзивного та справедливого середовища для навчання різних категорій здобувачів. Будь-яка поведінка (включно з переслідуваннями, сексуальними домаганнями, дискримінацією, розпалюванням ворожнечі), яка загрожує цій атмосфері, не допускається. Інформація про прояви такої поведінки учасниками освітнього процесу під час занять має бути негайно доведена до викладача навчальної дисципліни чи адміністрації Університету.

5.5 Політика оскарження результатів підсумкового контролю

Порядок оскарження результатів підсумкового контролю (кредитний модуль чи атестація) регулюється розділом 6 [Положення про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені](#)

5.6 Політика комунікацій

Комунікації з викладачем:

- усі обов'язкові для виконання завдання з навчальної дисципліни, рекомендації до їх виконання, максимальна кількість балів та дедлайни викладені у розділі «Завдання» відповідного навчального курсу у Classroom;
- усі важливі повідомлення для здобувачів викладач розміщує у розділі «Стрічка» відповідного навчального курсу у Classroom;
- усі виконані завдання здобувач повинен завантажувати для перевірки до навчального курсу у Classroom;
- викладач перевіряє виконане здобувачем завдання протягом наступних трьох робочих днів після завантаження роботи та виставляє отриману оцінку до електронного журналу навчального курсу у Classroom;
- при проведенні заняття у форматі відеоконференцій камери здобувачів мають бути ввімкнені протягом усього заняття;
- індивідуальні консультації викладач надає здобувачам офлайн у приміщенні та за графіком, визначеними у силабусі, або онлайн у віртуальному офісі за визначеним графіком.

Комунікації в групі

Викладач заохочує дискусії із спірних питань та проблем, що розглядаються у межах навчальної дисципліни, висловлювання власної точки зору здобувачів на предмет їх вирішення. Обговорення та дискусії мають вестись у обстановці поваги до іншої точки зору, шанобливого ставлення до думок опонентів. Критика має бути конструктивною та обґрунтованою.

Силабус навчальної дисципліни складено кандидатом економічних наук, доцентом, доцентом кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування Лілією ЩАСЛИВОЮ.

«Погоджено»

Гарант освітньої програми доктор економічних наук, професор Оксана КАРПЕНКО



(підпис)

Ухвалено рішенням кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування (протокол № 5 від 17.12.2025)

Завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування, доктор економічних наук, професор Ростислав ТУЛЬЧИНСЬКИЙ



(підпис)