

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій  
Кафедра маркетингу**

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри

 **Карпенко Н.В.**

«26» червня 2020 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

навчальної дисципліни **«Тренінг: Вступ до фаху»**

освітня програма/спеціалізація **«Маркетинг»**

спеціальність **075 Маркетинг**

галузь знань **07 Управління та адміністрування**

ступінь вищої освіти **молодший бакалавр**

Робоча програма навчальної дисципліни **«Тренінг: Вступ до фаху»**  
схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі  
на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «26» червня 2020 року №11


**Полтава 2020**

Укладачі: ПБ, посада, науковий ступінь, вчене звання

**Карпенко Наталія Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, д.е.н.,  
професор**

**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми «Маркетинг» спеціальності **075 «Маркетинг»**  
ступеня молодший бакалавр

 **Іваннікова М.М.**  
«26» червня 2020 року

## Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Тренінг: Вступ до фаху»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> перелік загально-освітніх дисциплін	
Мова викладання	<b>Українська</b>	
Статус дисципліни <b>обов'язкова</b>		
Курс/семестр вивчення	<b>1 курс, 1 семестр</b>	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	<b>4 кредити ЄКТС/2 модулі</b>	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр____, 2 семестр_120.		
- лекції: <b>2</b>		
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: <b>46</b>		
- самостійна робота: <b>72</b>		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): <b>залік (ПМК).</b>		
Заочна форма навчання		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр____, 2 семестр.		
- лекції: 1 семестр, 2 семестр_.		
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 1 семестр____, 2 семестр		
.		
- самостійна робота: 1 семестр____, 2 семестр.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): 1 семестр_, 2 семестр		

## Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

**Мета вивчення навчальної дисципліни** Метою дисципліни є демонстрування знання і розуміння теоретичних основ та принципів здійснення маркетингової діяльності, визначення предметного зв'язку між теоретичними і практичними положеннями маркетингу на підставі затверджених у ОПІ компетентностей

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<p>ЗК01. 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.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК10. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, в тому числі державною та іноземною мовами.</p> <p>ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>	<p>ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР08. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР10. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p> <p>ПР11. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР12. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>

## **Розділ 3. Програма навчальної дисципліни «Тренінг: Вступ до фаху»**

### **Тема 1. Маркетолог та його компетенції.**

Суть і зміст професії маркетолог. Характеристика існуючих напрямів діяльності маркетологів. Визначення професійних вимог до сучасного представника даної професії. Визначення особових якостей, якими повинен володіти хороший маркетолог. Виявлення основних труднощів і викликів часу для сучасного маркетолога. Оцінка перспективи професії маркетолог і її окремих напрямів.

### **Тема 2. Маркетинг у сфері послуг.**

Розуміння місця послуги серед інших видів діяльності. Формування переліку підприємств сфери послуг. Розуміння маркетингових активностей на підприємствах сфери послуг. Формування уявлення про інноваційні послуги та їх просування.

### **Тема 3. Маркетинг на промисловому підприємстві**

Формування уявлення про особливості маркетингової діяльності на промисловому підприємстві. Ознайомлення із відмінностями підприємств промислового виробництва та їх сфер впливу. Розуміння напрямів застосування маркетингу у сфері промислової активності.

### **Тема 4. Маркетинг у рекламному бізнесі**

Ознайомлення із основними напрямками та інноваціями у роботі рекламних агенцій. Види рекламних агенцій. Тренди у рекламі та методах її розповсюдження.

### **Тема 5. Маркетинг і зв'язки з громадськістю**

Маркетинг на телебаченні. Маркетинг у ЗМІ. Основні вимоги до маркетолога, який працює на підприємствах по формуванню зв'язків з громадськістю.

### **Тема 6. Маркетинговий консалтинг**

Ознайомлення із особливостями роботи підприємств, що надають послуги з маркетингового консалтингу. Формування уявлення про основні напрями в галузі маркетингового консультування. Ознайомлення з переліком консалтингових підприємств регіону, України, світу.

## Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4 – Тематичний план навчальної дисципліни «Тренінг: Вступ до фаху»

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<b>Тема 1. Маркетолог та його компетенції</b> 1. Визначення основних компетенцій майбутнього фахівця з маркетингу 2. Формування переліку вимог до маркетолога	2	<b>Практичне заняття 1-4</b> Складання переліку компетентностей маркетолога за різними напрямками маркетингової діяльності	8	Робота із компетентностями, які в майбутньому посилять професійний рівень як фахівця з маркетингу.	16
<b>Тема 2. Маркетинг у сфері послуг</b>		<b>Практичне заняття 5-8</b> Виїзне заняття на підприємство сфери послуг м. Полтава. Запрошення фахівця з маркетингу, який працює на підприємстві сфери послуг.	8	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності підприємств сфери послуг.	12
<b>Тема 3. Маркетинг на промисловому підприємстві</b>		<b>Практичне заняття 9-12</b> Виїзне заняття на промислове підприємство м. Полтава. Запрошення фахівця з маркетингу, який працює на промисловому підприємстві.	8	Вивчення напрямів роботи промислових підприємств.	12
<b>Тема 4. Маркетинг у рекламному бізнесі</b>		<b>Практичне заняття 13-16</b> Виїзне заняття до рекламної агенції м. Полтава. Запрошення фахівця з рекламної агенції. Екскурсія до щорічної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX.	8	Моніторинг рекламних агенцій міста, області та України в цілому. Порівняння їх діяльності із діяльністю закордонних рекламних агенцій	10
<b>Тема 5. Маркетинг і зв'язки з громадськістю</b>		<b>Практичне заняття 17-20</b> Виїзне заняття на підприємство, яке здійснює заходи по формуванню зв'язків громадськістю у м. Полтава (теле-	8	Формування переліку маркетингових активностей у ЗМІ, на телебаченні.	12

		радіокомпанія, ЗМІ тощо). Запрошення фахівця зі зв'язків громадськістю			
<b>Тема 6. Маркетинговий консалтинг</b>		<b>Практичне заняття 21-23</b> Виїзне заняття на консалтингове підприємство м. Полтава. Запрошення фахівця з маркетингу, який працює на консалтинговому підприємстві.	6	Формування переліку консалтингових послуг.	10

## Розділ 5 «Система оцінювання знань студентів»

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Теми 1-6: відвідування занять (8 балів); обговорення матеріалу занять (15 балів); виконання навчальних завдань (8 балів); участь у тренінгах (15 балів)	60
Проектне завдання	40
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

## Розділ 6. Інформаційні джерела

1. Закон України «Про недобросовісну конкуренцію», Вводиться в дію Постановою ВР № 237/96-ВР від 07.06.96, ВВР, 1996, № 36, ст.165 зі змінами та доповненнями № 286-ІХ від 12.11.2019. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Закон України «Про рекламу», вводиться в дію Постановою ВР № 271/96-ВР від 03.07.96, ВВР, 1996, № 39, ст. 182 зі змінами та доповненнями №1520 від 02.06.2021 р. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

3. Міжнародний кодекс ISS/ESOMAR з практики проведення маркетингових та соціальних досліджень, вивчення суспільної думки та аналізу даних. Режим доступу: <https://esomar.org/uploads/attachments/ckqtgf5ux0119kjtrrv6ovzlx-iccesomar->



[code-russian.pdf](#)

## **Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни**

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.
- Карпенко Н. В. Дистанційний курс дисципліни «Тренінг: Вступ до фаху» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Н. В. Карпенко. Режим доступу : <http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=2039>