

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни  
**«Тренінг: Вступ до фаху»**  
на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

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

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	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 ОПП компетентностей
<b>Тривалість</b>	4 кредити, 120 год. (лекції 2 год., практичні 46 год., самостійна робота 72 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекція та практичні в аудиторії, виїзні заняття на підприємствах, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання проектних завдань та їх захист; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність базових знань із загальноосвітніх предметів.
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР08. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР10. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки	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. ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК10. Здатність працювати в команді. ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, в тому числі державною та іноземною мовами.

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<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>	<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>

#### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Тема 1. Маркетолог та його компетенції	Підготовка творчого завдання; презентація та обговорення результатів пошукового дослідження.	Ознайомлення із основними фаховими вимогами до маркетолога; дослідження професійних активностей, можливостей кар'єрного шляху.
Тема 2. Маркетинг у сфері послуг	Віїзні заняття, обговорення результатів	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності підприємства сфери послуг.
Тема 3. Маркетинг на промисловому підприємстві	Віїзні заняття, обговорення результатів пошукового дослідження.	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності промислового підприємства
Тема 4. Маркетинг у рекламному бізнесі	Віїзні заняття, обговорення результатів пошукового дослідження.	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності рекламної агенції.
Тема 5. Маркетинг і зв'язки з громадськістю	Віїзні заняття, обговорення результатів пошукового дослідження.	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності підприємства з надання послуг у сфері зв'язків з громадськістю. .
Тема 6. Маркетинговий консалтинг	Віїзні заняття, обговорення результатів пошукового дослідження.	Ознайомлення із напрямками маркетингової діяльності консалтингового підприємства.

#### 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>

#### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

#### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється

використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

- Політика щодо відвідування:  
відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publicna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

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

### Шкала оцінювання 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 повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни