

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 (найменування центрального органу виконавчої влади у сфері освіти і науки)
Національний університет «Запорізька політехніка»
 (повне найменування вищого навчального закладу)
Кафедра «Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»
 (найменування кафедри, яка відповідає за дисципліну)



“ЗАТВЕРДЖУЮ”
 Перший проректор Гугнін Е.А.

 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ
ОК18 «Маркетинг»

_____ (код і назва навчальної дисципліни)

спеціальність _____ **073 «Менеджмент»** _____
 (код і найменування спеціальності)

освітня програма _____
 (спеціалізація) _____ **«Менеджмент в будівництві»** _____
 (назва освітньої програми (спеціалізації))

інститут, _____ **Фізико-технічний** _____
 факультет _____ **Будівництва, архітектури та дизайну** _____
 (найменування інституту, факультету)

мова навчання _____ **українська** _____

Робоча програма з дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент в будівництві»


„22” 01, 2021 року- 20с.

Круглікова В.В., доцент, канд. екон. наук, доцент

Розробники: (вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)


Робоча програма затверджена на засіданні кафедри «Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»

Протокол від „22” 01 2021 року № 4

Завідувач кафедри  А.М. Ткаченко „22” 01 2021 року
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною комісією

Протокол від „04” 03 2021 року № 4

„04” 03 2019 року Голова  Савченко В.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (напрямок підготовки), освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 07 <u>«Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	нормативна	
Модулів – 1	Спеціальність 073 «Менеджмент» <small>(код і найменування)</small> освітня програма Менеджмент в будівництві <small>(назва освітньої програми)</small>	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____ <small>(назва)</small>		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		4-й	4-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 5	Освітній ступінь: бакалавр	Лекції	
		30 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		15 год.	2 год.
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		75 год.	112 год.
Індивідуальні завдання: год.			
Вид контролю: залік			

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 60,0 %

для заочної форми навчання – 7,14%.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання даної навчальної дисципліни «Маркетинг» є формування у студентів фундаментальних знань з основних напрямків маркетингу, особливостями маркетингу на підприємствах, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності. Вивчення дисципліни «Маркетинг» надасть студентам теоретичні навички та засвоєння понять щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах послуг, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- ознайомлення студентів з особливостями маркетингової діяльності підприємств;
- вивчення теоретичних понять маркетингу та надання майбутнім фахівцям знань та навичок в розробці функцій управління та реалізації ефективної маркетингової стратегії, орієнтованої на ринкові умови.

Інтегральну компетентність: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Фахові компетентності:

СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Очікувані програмні результати навчання:

ПР3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

ПР4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

ПР5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації

ПР6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПР8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації

ПР11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПР16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПР17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера

2. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Маркетинг підприємства

Тема 1. Сутність, характеристики маркетингу і його сучасна концепція

Поняття маркетингу. Еволюція маркетингу. Концепції маркетингової діяльності. Функції маркетингу. Процес управління маркетингом. Види маркетингу в залежності від структури маркетингової концепції. Види маркетингу в залежності від територій охоплення. Види маркетингу в залежності від попиту.

Споживчі ринки і купівельна поведінка споживачів. Ринок підприємств і поведінка покупців від імені підприємства. Організаційна структура

маркетингових служб. Визначення і концепція промислового маркетингу Ринок і кон'юнктура. Класифікація промислових товарів і послуг. Концепція маркетингу. Споживачі промислової продукції. Основні риси процесу постачання на промисловому ринку. Критерії прийняття рішень про закупівлю промислових товарів.

Тема 2. Комплексне дослідження ринку

Поняття маркетингового дослідження. Концепція маркетингової інформаційної системи. Види інформації, використовувані при проведенні маркетингових досліджень. Методи проведення маркетингових досліджень.

Маркетингові опитування споживачів. Сегментування ринку, вибір цільових сегментів, позиціонування товару. Процес розробки продуктової стратегії. Аналіз життєвого циклу товару. Стратегія розвитку нового продукту.

Основні стратегії та критерії сегментації. Позиціонування на промисловому ринку. Маркетингові дослідження на ринку промислових товарів. Джерела, методи збору маркетингової інформації. Основні відмінності маркетингових досліджень на промисловому та споживчому ринках.

Тема 3. Маркетингова товарна політика

Поняття і класифікація товарів. Атрибути товарної політики. Створення нових товарів. Життєвий цикл товару. Оцінка конкурентноздатності товару. Ознаки класифікації товарів. «Три рівні товару». Характеристика основним атрибутам товару. Вимоги, які пред'являють до товарного знаку. Специфіка маркетингових послуг. Характеристика етапам життєвого циклу товарів. Зацікавленість фірми в постійному відновленні асортименту. Дайте характеристику основним етапам розробки товару-новинки. Конкурентноздатності товару. Параметри, якими характеризується конкурентноздатності товару. Чи можна стверджувати, що абсолютно нового товару не може бути?

Тема 4. Маркетингова цінова політика

Цінова політика і фактори, що впливають на неї.

Методи ціноутворення. Методи ціноутворення, засновані на собівартості Найбільш часто використовуваними методами ціноутворення, заснованими на

собівартості. Метод “собівартість плюс надбавка”. Аналіз беззбитковості і забезпечення цільового прибутку. Найбільш типові задачі, успішне рішення яких залежить від цінової політики підприємства. Фактори, що впливають на рішення за цінами. Значення фактору ціни в маркетингу. Види і функції цін. Фактори, що впливають на процес ціноутворення. Цінова політика промислового підприємства. Стратегії і методи ціноутворення. Знижка за платіж готівкою. Знижка за зменшення терміну оплати. Знижка за кількість закупленого товару. Сезонні знижки для покупців, що роблять покупки поза сезоном.

Змістовий модуль 2

Маркетингова політика просування продукції на ринку

Тема 5. Маркетингова політика комунікацій

Суть процесу розповсюдження товарів. Канали розподілу .Вибір оптимального каналу збуту. Товарорух. Реклама в системі просування товарів на промисловому ринку. Суть, риси, функції та цілі реклами на промисловому ринку.

Комунікаційна політика. Реклама. Стимулювання збуту “Пабліситі” (пропаганда) Прямий маркетинг.Особистий продаж. Характеристика комплексу маркетингових комунікацій.

Коли найчастіше звертаються до використання персонального продажу?

Цілі ставляться перед рекламою. Різновиди реклами. Особливості застосування реклами на різних етапах життєвого циклу товару. Основні види рекламних звернень. Правила ілюстрування матеріалу в засобах реклами. Основна задача реклами — інформування. Прокоментуйте це твердження. Як реклама сприяє активізації персональних продажів? Відмінності рекламних оголошень по телебаченню, радіо, у газетах і журналах.

Тема 6. .Маркетингова політика розподілу товарів

Суть та передумови маркетингового забезпечення політики розподілу. Аналіз середовища міжнародного маркетингу. Стратегії міжнародного маркетингу.

Вибір каналів збуту товарів. Основні цілі розподільної політики. Головна мета, процес вибору каналів збуту. Визначення стратегії збуту. Визначення

альтернативних каналів збуту. Оцінка каналів. Вибір партнерів.

Стратегія збутової політики. Стратегія збуту і розподілу продукції. Роздрібна торгівля. Оцінка поведінки покупців-посередників. 16 критеріїв при виборі постачальника.

Тема 7. Контроль маркетингової діяльності

Сутність і зміст маркетингового контролю. Контроль маркетингової діяльності. Контроль збутової діяльності. Контроль прибутковості та маркетингових затрат. Аналіз маркетингових затрат. Стратегічний контроль і ревізія маркетингу. Рівні контролю. Контроль глобальних цілей. Контроль планових гіпотез і прогнозів. Контроль стратегічного планування. Стратегічний нагляд. Контроль тактичного планування. Контроль оперативного планування. Оперативний контроль.

Тема 8. Маркетинг в будівництві

Для чого потрібен маркетинг-план в будівельній сфері? Відмінність будівельного маркетингу від будь-якого іншого. Темпи розвитку будівельного маркетингу. Розосередження об'єктів і природні умови Технологічні процеси і транзакція в будівельному маркетингу. Недолік оборотних коштів. Оптимізаційні програми будівельного маркетингу. Різні маркетингові тактики. Сегментація ринку будівельних матеріалів. Український будівельний маркетинг і його специфіка. Основні цілі складання стратегій будівельного бізнесу. Специфіка російського будівельного маркетингу. Недолік інформації, скупість керівництва і сіра зарплата. Маркетинг підрядного будівельного об'єкта. Основна суть і цілі маркетингу підрядного будівельного об'єкта.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1.Маркетинг підприємства												
1.Сутність, характеристики маркетингу і його сучасна концепція	15	2	2			11	15	1				14
2.Комплексне дослідження ринку	15	4	2			9	15	1	1			13
3.Маркетингова товарна політика	15	4	2			9	15	1	1			13
4.Маркетингова цінова політика	15	4	2			9	15	1				14
Змістовий модуль 2. Маркетингова політика просування продукції на ринку												
5.Маркетингова політика комунікацій	15	4	2			9	15	1				14
6. Маркетингова політика розподілу товарів	15	4	2			9	15					15
7.Контроль маркетингової діяльності	15	4	2			9	15					15
8.Маркетинг в будівництві	15	4	1			10	15	1				14
Усього годин												
ІНДЗ			-	-					-	-	-	
Усього годин	120	30	15			75	120	6	2			112

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
-------	------------	-----------------

1	Не передбачається навчальним планом	
2		
...		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна форма	Кількість Годин Заочна форма
1	Сутність, характеристики маркетингу і його сучасна концепція	2	
2	Ринкове сегментування та позиціонування на ринку	2	1
3	Маркетингова товарна політика	2	
4	Маркетингова цінова політика	2	1
5	Маркетингова політика комунікацій	2	
6	Маркетингова політика розподілу товарів	2	
7	Контроль маркетингової діяльності	2	
8	Маркетинг в будівництві	1	
Всього		15	2

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Не передбачається навчальним планом	
2		
...		

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна форма	Кількість Годин Заочна форма
1	Сутність, характеристики маркетингу і його сучасна концепція	11	14
2	Ринкове сегментування та позиціонування на ринку	9	13
3	Маркетингова товарна політика	9	13

4	Маркетингова цінова політика	9	14
5	Маркетингова політика комунікацій	9	14
6	Маркетингова політика розподілу товарів	9	15
7	Контроль маркетингової діяльності	9	15
8	Маркетинг в будівництві	10	14
Всього		75	12

8. Індивідуальні завдання

Не передбачається навчальним планом

9. Методи навчання

Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання:

- розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу;
- пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу;
- бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять;
- ілюстрація для розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (рисунок, схеми, графіки);
- практична робота – для використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань;
- аналітичний метод – практичного розкладу цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак;
- індуктивний метод – для вивчення явищ від одиничного до загального;
- дедуктивний метод – для вивчення навчального матеріалу від загального до окремого, одиничного;
- проблемний виклад матеріалу – для створення проблемної ситуації.

10. Методи контролю

Для студентів денної форми навчання: усне та письмове опитування на практичних заняттях, аудиторне розв'язання задач, тестування. Для студентів заочної форми навчання: аудиторне розв'язання задач, захист контрольної роботи, тестування.

11. Політика курсу та критерії оцінювання

Політика курсу

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;
- самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не викладені під час занять або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання практичних завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу;
- індивідуальну роботу студент виконує самостійно, відповідно до методичних вказівок та визначених викладачем завдань і термінів;
- ліквідація заборгованості відбувається під час проведення консультацій з дисципліни за графіком визначеним викладачем;
- здобувачі вищої освіти мають право отримати оцінку за екзамен автоматично – у випадку, якщо впродовж семестру набрали від 60-100 балів;
- здобувачі вищої освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свою оцінку лише під час складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії.

Політика щодо академічної доброчесності:

- списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. із використанням мобільних девайсів). За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує 0 балів і зобов'язаний повторно скласти контрольну роботу чи іспит;
- під час роботи над завданнями, у випадку користування інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації, студент зобов'язаний зазначити відповідне джерело;
- усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%;
- у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання.

Політика щодо відвідування:

- відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять) є обов'язковим компонентом навчання;
- з об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік, карантин) навчання може відбуватись у дистанційному режимі. За погодженням із керівником курсу студент може презентувати виконані завдання під час консультацій;
- студент зобов'язаний дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Політика щодо якості набутих знань та компетентностей:

згідно з п. 4.2.2 Положення про систему забезпечення Національним університетом «Запорізька політехніка» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (системи внутрішнього забезпечення якості) зі змінами (згідно з рішенням вченої ради університету протокол № 1/21 від 27.08.2021 р.) оцінка якості набутих здобувачем вищої освіти знань та компетентностей здійснюється за результатами контрольних заходів, які включають вхідний, поточний, рубіжний (модульний), підсумковий контроль, а також ректорські контрольні роботи.

Вхідний контроль проводиться на початку вивчення нового курсу з метою визначення рівня підготовки студентів з дисциплін, які забезпечують цей курс. Контроль проводиться на першому занятті за завданнями, які відповідають програмі попередньої(-их) дисципліни. Результати контролю аналізуються на кафедральних (міжкафедральних) нарадах спільно з викладачами, які проводять заняття із забезпечувальної дисципліни. За результатами вхідного контролю розробляються заходи з надання індивідуальної допомоги студентам, коригування освітнього процесу.

Поточний контроль проводиться викладачами під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотнього зв'язку між викладачами та студентами у процесі навчання, забезпечення управління навчальною мотивацією студентів. Результати поточного контролю використовується викладачем для коригування методів і засобів навчання та студентами для подальшого планування самостійної роботи. Поточний контроль може проводитися у формі усного чи письмового опитування або експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях тощо, за результатами якого студент допускається до виконання контрольної роботи, виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Форми проведення поточного контролю та критерії оцінювання рівня знань визначаються відповідною кафедрою. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією при проведенні заліку і враховуються викладачем при визначенні результатів рубіжного контролю та підсумкової екзаменаційної оцінки з певної дисципліни.

Рубіжний (модульний) контроль - це контроль знань студентів після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Цей контроль може бути модульним і проводитись у формі контрольної роботи, тестування, виконання розрахункового завдання, курсового проекту (роботи) тощо. Форма контрольного заходу і критерії оцінювання під час рубіжного контролю визначається кафедрою і відображаються у навчальній програмі дисципліни. За підсумками першого та подальшого рубіжного (модульного) контролю викладач може сформулювати підсумкову оцінку знань студентів і оголосити її до початку екзаменаційної сесії. Під час екзаменаційної сесії студенти, які не згодні з оцінкою за підсумками рубіжного контролю, складають екзамен. Модульний контроль є необхідним елементом рейтингової технології освітнього процесу.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться у формах семестрового

екзамену або заліку (диференційованого заліку) в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом студента.

Оцінювання проводиться за національною шкалою та шкалою ЄКТС.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в екзаменаційну відомість, є сумою балів за різні види навчальної роботи:

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КONTРоль (протягом кожного з модулів)	<i>Робота на лекціях:</i> - присутність на лекційних заняттях; - участь в експрес-опитуванні (тестуванні); - участь у навчальній дискусії.	до 10 балів за модуль
	<i>Робота на практичних заняттях:</i> - присутність на заняттях; - доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни; - усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, розв'язок задач; - участь у навчальній дискусії, - обговоренні ситуаційного завдання.	до 90 балів за модуль
РУБІЖНИЙ (МОДУЛЬНИЙ) КONTРоль	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 100 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 100 балів
ПІДСУМКОВИЙ КONTРоль екзамен	Екзамен включає 2 теоретичні питання, кожне з яких оцінюється до 25 балів та практичне завдання, що оцінюється до 50 балів. Залік проходить у формі співбесіди.	Критерії оцінювання зазначено в таблиці «Шкала оцінювання: національна та ECTS»

За роботу на лекційних та практичних заняттях бали розподіляються таким чином:

Бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка
90-100	Здобувач вищої освіти демонструє: - творчий підхід до засвоєного матеріалу, повноту і правильність виконання завдання; - вміння застосовувати різні принципи й методи в конкретних ситуаціях; - глибокий аналіз фактів і подій, спроможність прогнозування результатів від прийнятих рішень; - чітке, послідовне викладення відповіді; - вміння пов'язати теорію і практику; - бере активну участь у науковій роботі (конференції, круглі столи, наукові семінари, публікація статей).	Високий Здобувач вищої освіти набув фахових компетентностей з відповідними програмними результатами з дисципліни	Відмінно (A)

85-89	Здобувач вищої освіти демонструє: <ul style="list-style-type: none"> - глибоке знання матеріалу, повноту і правильність виконання завдання, проте мають місце деякі непринципові помилки чи помилки несуттєвого характеру; - переважання логічних підходів у відповідях на питання; - вміння пов'язати теорію з практикою 	Достатній Здобувач вищої освіти набув фахових компетентностей з відповідними програмними результатами з дисципліни, однак під час відповідей припустився незначних неточностей.	Добре (B)
75-84	Здобувач вищої освіти демонструє: <ul style="list-style-type: none"> - належне володіння матеріалом та вміння його застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності (при цьому помилки у відповідях/ розв'язках/ розрахунках не є системними); - переважання логічних підходів у відповідях на питання, проте на додаткові питання з теоретичних положень та практичних завдань відповідь нечітка і неповна; - не завжди має місце чітке прогнозування подій від пропонуваніх рішень ситуацій; - вміння пов'язати теорію і практику 	Достатній Здобувач вищої освіти набув фахових компетентностей та відповідних програмних результатів з дисципліни, однак на додаткові питання з теоретичних положень та практичних завдань відповідь не чітка та не повна.	Добре (C)
70-74	Здобувач вищої освіти демонструє: <ul style="list-style-type: none"> - репродуктивний підхід до засвоювання матеріалу; - недостатню повноту знань при викладенні матеріалу; - засвоєння теоретичного матеріалу, передбаченого програмою дисципліни; - допущення значної кількості неточностей і грубих помилок при вирішенні практичних завдань, які здатний усунути після зауваження викладача; - порушення логічної послідовності при викладенні матеріалу; - вміння пов'язувати питання теорії і практики 	Середній Здобувач вищої освіти частково набув фахових компетентностей та програмних результатів з дисципліни та забезпечує достатній рівень відтворення та застосування основних положень дисципліни	Задовільно (D)
60-69	Здобувач вищої освіти демонструє: <ul style="list-style-type: none"> - репродуктивний підхід до засвоювання та викладання матеріалу; - недостатню повноту викладення матеріалу; - поверхневі знання основного матеріалу; - наявність значної кількості неточностей у викладі матеріалу; - порушення логічної послідовності при викладі матеріалу; - вміння пов'язувати питання теорії і практики 	Середній Здобувач вищої освіти частково набув фахових компетентностей та програмних результатів з дисципліни і має мінімально допустимий рівень знань з усіх складових навчальної програми дисципліни.	Задовільно (E)

35-59	Здобувач вищої освіти демонструє: - відсутність знань з більшої частини матеріалу, слабке засвоєння принципів положень курсу; - наявність грубих, принципів помилок при виконанні отриманих завдань; - відповіді неправильні зі значною кількістю суттєвих помилок; - пасивне опрацювання матеріалу з дисципліни.	Низький Здобувач вищої освіти набув окремих фахових компетентностей та програмних результатів з дисципліни та не забезпечує практичної реалізації завдань, що формуються при вивченні курсу	Незадовільно з можливістю повторного складання (FX)
1-34	Здобувач вищої освіти демонструє: - повне не виконання вимог робочої програми з вивчення курсу; - наявність грубих, принципів помилок при виконанні отриманих завдань; - неграмотне і неправильне викладення відповідей; - пасивне опрацювання матеріалу з дисципліни.	Незадовільний Здобувач вищої освіти не набув фахових компетентностей і не здатний до самостійного вирішення завдань, які окреслює дисципліна.	Незадовільно з повторним вивченням / (F)

За умови, якщо здобувач вищої освіти через поважні обставини не отримав мінімальної кількості балів за поточним контролем з окремих змістових модулів, або не згодний з оцінкою, він може під час рубіжного контролю написати модульну контрольну роботу.

Оцінювання рубіжного контролю здобувачів вищої освіти з дисципліни здійснюється за 100-бальною шкалою. Розподіл балів за модулями відбувається таким чином:

- модуль №1 – 100 балів;
- модуль №2 – 100 балів.

Модульна контрольна робота складається з двох теоретичних питань та практичного завдання.

Шкала оцінювання завдань модульної контрольної роботи

Вид завдання	Бали	Критерії оцінки
Теоретичні питання : 2 питання по 25 балів максимум за кожне	20-25 балів	Здобувач вищої освіти володіє матеріалом в повному обсязі, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичного питання. Відповідь на питання сформульовано в термінах дисципліни, викладено науковою мовою, демонструє авторську позицію здобувача вищої освіти.
	15-19 балів	Здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, самостійно викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки
	9-14 балів	Здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
	5-8 балів	Здобувач вищої освіти частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст питання під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.

	0-4 балів	Здобувач вищої освіти: - не володіє навчальним матеріалом; - не в змозі його викласти; - не розуміє змісту теоретичних питань
Практичне завдання (максимум 50 балів)	40-50	Здобувач вищої освіти дав повну вичерпну відповідь, яка складається з: - правильного вибору алгоритму вирішення завдання; - правильного арифметичного результату; - доцільного і логічного пояснення виконаних розрахунків; (у разі потреби); - структурованого викладу матеріалу теоретичної частини завдання; - ґрунтовних висновків. При виконанні завдання допускається не більше 1-2 несуттєвих помилок або описок.
	30-39	Загалом здобувач вищої освіти дав повну відповідь, яка складається з: - правильного вибору алгоритму вирішення завдання; - правильного арифметичного результату (або не більше 3-4 несуттєвих помилок); - пояснення виконаних розрахунків; (у разі потреби); - структурованого викладу матеріалу теоретичної частини завдання; - висновків. Загалом завдання повинно бути виконано не менш ніж на 75%.
	18-29	Відповідь здобувача вищої освіти: - містить суттєві помилки у виборі алгоритму вирішення завдання; - містить грубі помилки у розрахунках/має неправильно визначений арифметичний результат (якщо він є необхідним) або не має пояснень та висновків; Загалом завдання виконано менш ніж на 75%.
	10-17	Здобувач вищої освіти розуміє суть завдання, але його відповідь: - містить суттєві помилки у виборі алгоритму вирішення завдання; - містить грубі помилки у розрахунках/має неправильно визначений арифметичний результат (якщо він є необхідним); - не має пояснень та висновків; - містить не більше 30% виконаного завдання.
	0-9	Здобувач вищої освіти: - не розуміє завдання; - не в змозі його виконати; - виконав завдання повністю неправильно - виконав менш ніж 20% завдання.

Результати поточного та модульного контролю узагальнюються таким чином:

Змістовий модуль №1 (Т1, Т2, Т3, Т4, Т5)	Змістовий модуль № 2 (Т6, Т7, Т8,Т9)	Визначення остаточної оцінки (максимум 100 балів)
Поточний контроль (ПК 1)	Поточний контроль (ПК 2)	$ПК = (ПК 1 + ПК 2)/2$
Рубіжний (модульний) контроль (РМК 1)	Рубіжний (модульний) контроль (РМК 2)	$РМК = (РМК 1 + РМК 2) / 2$
Підсумок		$(ПК + РМК) / 2$

Якщо здобувач вищої освіти не отримав достатньої кількості балів за поточними результатами та результатами модульного контролю, екзамен виставляється за результатами оцінювання за шкалою ЄКТС відповідей (в усній або письмовій формі) на контрольні питання екзамену та виконання практичного завдання. Контрольні питання до екзамену здобувачі вищої освіти розміщено в

системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка»: <https://moodle.zp.edu.ua>. Структура екзаменаційного білета відповідає структурі модульної контрольної роботи та оцінюється за аналогічними критеріями.

Приклад для екзамену

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (екзамен)
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	100

T1, T2 ... T14 – теми змістових модулів.

Таким чином, остаточна оцінка за курс для здобувачів вищої освіти *денного відділення* розраховується за одним з таких варіантів:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
85-89	B	добре	
75-84	C		
70-74	D	задовільно	
60-69	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

До екзаменаційної відомості заносяться сумарні результати в балах за 100-бальною шкалою, 4-бальною національною шкалою та за шкалою ECTS.

Контроль знань здобувачів вищої освіти *заочного відділення* здійснюється шляхом виконання та подальшого захисту контрольної роботи у вигляді відповідей на питання, що стосуються змісту роботи. Зміст завдань контрольної роботи розміщено в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка»: <https://moodle.zp.edu.ua> та у методичних вказівках до виконання контрольної роботи з дисципліни.

За умови, якщо здобувач вищої освіти через поважні обставини не виконав, або не зміг захистити контрольну роботу, або не згоден з оцінкою, він складає екзамен з дисципліни. Структура екзаменаційного білета відповідає структурі модульної контрольної роботи (два контрольні питання, що виконуються в усній або письмовій формі, та практичне завдання) та оцінюється за аналогічними критеріями. Контрольні питання до екзамена здобувачі вищої освіти можуть знайти в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка»: <https://moodle.zp.edu.ua>. До екзаменаційної відомості заносяться результати в

балах за 100-бальною шкалою, 4-бальною національною шкалою та за шкалою ECTS.

12. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Маркетинг» [Електронний ресурс Для студентів спеціальності 073 “менеджмент” Освітня програма “менеджмент в будівництві”]. Укл. В.В.Круглікова
2. Методичні вказівки до виконання контрольної та самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Укладач В.В.Круглікова.

13. Рекомендована література

Базова

1. Андреюк Н.В., Кузнецова Л.В., Салатюк Н.М. Мікроекономіка: Основи теорії та практикум: Навч. посіб. — К.: НУХТ, 2019. —408 с.
2. Базилінська, О. Я. Мікроекономіка : навчальний посібник для ВНЗ / О.Я. Базилінська, О.В. Мініна. – Київ : Центр учбової літератури, 2016. – 349 с.
3. Дослідницький тренінг: маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: навчально-метод. посібник/ В.Я.Заруба, Д.В.Райко, О.О.Антонець, О.І.Савченко; за ред. В. Я. Заруби, Д. В. Райко.- Харків: Щедра садиба плюс, 2015.- 108 с.
4. Краус К.М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств: монографія/ К.М.Краус.- Електронні дані.- Київ: Центр учбової літератури, 2015.- 226 с.
5. Лисогор В.М. Основи моделювання маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств регіону: навч. посібник для студ. внз/ В.М.Лисогор, О.М.Мороз, О.В.Пітик.- Київ: Кондор, 2018.- 208 с.
6. Мороз Л.А., Чухрай Н. І. Маркетинг: Підручник/ За редакцією Л. А. Мороз. – 3-є вид., без змін – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект – Захід» 2015. – 244 с.
7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник/ В.Н.Парсяк.- Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015.- 326 с.

Допоміжна

1. Закон України “Про природні монополії” від 20.04.2000 № 1682-III.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник/ Л.В.Балабанова, В.В.Холод, І.В.Балабанова.- Електронні дані.- Київ: Центр учбової літератури, 2012.- 612 с.
3. Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства: навчальний посібник/ І.В.Бойчук, А.Я.Дмитрів.- Електронні дані.- Київ: Центр учбової

літератури, 2014.- 360 с.

4. Гончаров С.М. Практикум з маркетингу: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : рек. МОНУ/ С.М.Гончаров, Н.Б.Кушнір.- К.: Центр учбової літератури, 2012.- 205 с.

5. Кігель В. Р. Математичні методи ринкової економіки: Навчальний посібник. Кондор, 2003. – 158 с.

6. Черняк В. З. Популярная история экономики и бизнеса. – М. : Вече, 2002. – 512 с., ил. (16 с.).

7. Охріменко А.Г.Основи менеджменту – К. : Київ, 2006 – 130 с.

8. Маркетинг: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів/ В.В.Липчук, Р.П.Дудяк, С.Я.Бутіль, Я.С.Янишин; за заг. ред. В. В. Липчука.- Львів: Магнолія 2006, 2012.- 456 с.

9. Планування маркетингу: навчальний посібник/ О.А.Овечкіна, Д.В.Солоха, К.В.Іванова, В.В.Морева.- Електронні дані.- Київ: Центр учбової літератури, 2013.- 352с.

10. Планування маркетингу. Формування та використання: підручник/ Н.В.Касьянова, Д.В.Солоха, В.В.Морева, О.В.Белякова.- Електронні дані.- Київ: Центр учбової літератури, 2013.- 248 с.