

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми



Ірина ШЕВЧЕНКО

(підпис)

(ініціали та прізвище)

« 29 » 08 2025 р.

**СИЛАБУС
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

МАРКЕТИНГ (КР)

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: «Маркетинг»

(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Силабус введено в дію з 01.09.2025

Харків – 2025 р.

Розробник: Доронін А. В. професор каф. 602, д.е.н., професор

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

Протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри каф. 602, к.е.н, доц.

(науковий ступінь та вчене звання)


(підпис)

Валентина ГАТИЛО

(ініціали та прізвище)

Погоджено з представником здобувачів освіти:

Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за ОП

Цифровий маркетинг


(підпис)

Вероніка ФУРТУНЕ

(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

1. Загальна інформація про викладача



Доронін Андрій Віталійович, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту. Стаж науково-викладацької діяльності більше 26 років. Розробник та викладач дисциплін: «Менеджмент», «Економіка і менеджмент підприємства», «Методологія та організація наукових досліджень», «Менеджмент персоналу підприємства», «Соціальна відповідальність бізнесу» та ін.

Напрями наукових досліджень: Гуманізація менеджменту, управління поведінкою персоналу, емоційний капітал.

E-mail: Andrej.doronin@khai.edu

Робочий кабінет: 309 ім. к.

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	Обов'язкова
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	<u>денна</u> : 2 кредити ЄКТС / 60 годин (24 аудиторних, з яких: лекції – 0, практичні – 24; СРЗ – 36); <u>заочна</u> : 2 кредити ЄКТС / 60 годин (20 аудиторних, з яких: лекції – 4, практичні – 16; СРЗ – 40)
Види навчальної діяльності	практичні (семінарські), самостійна робота
Види контролю	Поточний контроль, семестровий контроль – диф. залік
Пререквізити	Дисципліна є узагальнюючою. Вивченню дисципліни передують наявність знань із дисципліни «Маркетинг»
Кореквізити	Освітні компоненти, які забезпечують освітній процес паралельно із даним компонентом.
Постреквізити	Операційний менеджмент, Виробнича практика, Управління конкурентоспроможністю підприємства

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – вивчення сутності основних понять та категорій маркетингового дослідження, з'ясування його складових процесів і функцій;

розвиток навичок використання прийомів, способів та інструментів практичного здійснення маркетингових досліджень, засвоєння науково-понятійного апарату проведення маркетингових досліджень.

Завдання: виявити у студента рівень знань та навичок, отриманих під час навчання у вузі за програмою підготовки бакалавра з менеджменту, та здатність визначати проблеми в управлінні конкретного підприємства.

Компетентності, які набуваються.

Загальні:

- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні :

– Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу

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

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

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

– Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

– Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

– Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

– Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

– Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

– Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

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

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

– Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Очікувані результати навчання:

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

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

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

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

- Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

4. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Розробка курсової роботи з дисципліни «Маркетинг (КР)».

5. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг (КР)».

6. Методи навчання

Словесні (пояснення, розповідь, бесіда, навчальна дискусія та ін.); наочні (ілюстрування, демонстрування) та практичні (практичні роботи, індивідуальне опитування, тестування).

7. Методи контролю

Контроль і оцінювання якості набутих знань, умінь та практичних навичок студентів має системний характер, базується на принципі наскрізного контролю, який дозволяє забезпечити взаємозв'язок між усіма видами навчального процесу: практичні, самостійна та індивідуальна робота студента, поточний контроль, диф. залік.

Оцінювання знань студентів здійснюється на основі результатів поточного контролю виконання курсового проєкту та її захисту, підсумком є диференційований залік.

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі

Таблиця 8.1

Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти за виконання курсової роботи (проєкту)

Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
0...60	0...20	0...20	100

Семестровий контроль (диф. залік) проводиться у вигляді захисту курсового проєкту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

(60-74). Показати мінімум знань та умінь. Виконати індивідуальні завдання та здати тестування. Знати, що таке управління проектами з точки зору учасників проекту, стадії виконання проекту та їхній зміст, принципи та стилі сучасного управління, роль проектної команди в управлінні, основні функції лідера в забезпеченні комунікацій проекту

(75-89). Твердо опанувати перелік знань та умінь, захистити всі індивідуальні завдання, здати тестування та поза аудиторну самостійну роботу. Мати уяву про що таке лідерство, які основні риси лідера, як розвивати в собі лідера, чим лідерство відрізняється від керівництва, про кар'єру в проектному менеджменту, про зміну потреб людини на різних етапах кар'єри.

(90-100). Досконально знати всі теми та уміти застосовувати засоби підвищення ефективності мотиваційно-орієнтованого менеджменту в управлінні проектами.

9. Політика навчального курсу

Процедура відпрацювання пропущених занять (знаходження на лікарняному, мобільність та ін.), невиконаних завдань та перевірка на плагіат виконаних здобувачем завдань, а також дотримання академічної доброчесності всіма учасниками освітнього процесу тощо, регулюються положеннями внутрішньої системи якості (<https://khai.edu/normativni-dokumenty>)

Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни. Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/files/uploads/polozena/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>).

Вирішення конфліктів. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/files/uploads/ustavnye-dokumenty/kodeks-etiki-s.pdf>)

10. Методичне забезпечення

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій, методичні рекомендації з проведення лабораторних робіт тощо, які видані в Університеті знаходяться за [посиланням](#).

<http://library.khai.edu/catalog>

Голованова М.А. Маркетинг: практикум із ситуаційного оцінювання ринку : навч. посіб. з грифом МОН України / М.А. Голованова, Л.Н. Голованова. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2010. – 375 с.

11. Рекомендована література

Базова

1. В.М. Варталян. Маркетингові дослідження : практикум з розроблення проектів досліджень, збору й статистичного оброблення даних / В.М. Варталян, М.А. Голованова. — Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2008. — 50 с.

2. Голованова М.А. Маркетинг: практикум із ситуаційного оцінювання ринку: навч. посіб. / М.А. Голованова, Л.М. Голованова. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2010. – 376 с.

Допоміжна

3. Голованова М.А. Маркетингові дослідження : практикум з розроблення проектів досліджень, збору й статистичного оброблення даних / М.А. Голованова. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2008. – 50 с.

4. Маркетинг промислового підприємства [Текст]: навч. посіб. / В. М. Варталян, О. О. Воляк, М. А. Голованова та ін.; за ред. проф. В. М. Варталяна – Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 128 с.

5. Маркетингові методи ціноутворення [Текст]: навч. посіб. / В.М. Варталян, М.А. Голованова, С.М. Мельніков. - Х. : Нац. аеро-косм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2011. – 266 с.

12. Інформаційні ресурси

1. Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням:

<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=9622>

2. Сайт кафедри <https://faculty6.khai.edu/ru/site/kafedra-menedzhmentu.html> –