

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТУДІЇ З МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу			Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: lhnatenko.marketer@gmail.com; Посилання в GWE – https://meet.google.com/fwu-xtgb-yfk	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		Доктор філософії	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		2	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	20	24	-	-	76	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	базова
Освітні компоненти для яких є базовою	Економетричні моделі в маркетингу (3), Глобальний маркетинг (4) Науково-педагогічна практика (6)

Мета курсу: формувати та розвивати у студентів загальні і професійні компетентності у сфері маркетингу, які є необхідними для вирішення професійних завдань щодо застосування новітнього маркетингового інструментарію.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності. ЗК06. Здатність брати на себе відповідальність, саморозвиватися і самовдосконалюватися	СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами. СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.
 ПРН10. Вільно спілкуватися з питань, що стосуються маркетингу, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством у цілому.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. НЕСТАНДАРТНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГУ.			

<p>Тема 1. Класифікація видів сучасного маркетингу. <u>Знати</u>: загальну характеристику нестандартних видів маркетингу <u>Вміти</u>: ідентифікувати ситуації, в яких слід застосовувати нестандартні методи маркетингу <u>Формування компетенцій</u>: ЗК01, ЗК02, ЗК04, ЗК06, СК05-СК08 <u>Результати навчання</u>: РН07, РН10 <u>Рекомендовані джерела</u>: 1,5,6-10</p>	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, Ділова гра : «Вгадати товар за видом попиту»
	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, ситуаційна задача «Концепція маркетингу», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 2. Латеральний маркетинг <u>Знати</u>: особливості впливу культурних і соціальних факторів, належності до соціального класу, родини та ситуативних чинників на поведінку споживачів <u>Вміти</u>: визначати вплив внутрішніх факторів на поведінку споживачів <u>Формування компетенцій</u>: ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13. <u>Результати навчання</u>: ПРН 5 <u>Рекомендовані джерела</u>: 1,2,5,6-10</p>	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, навчальна дискусія. Ділова гра «Слова навпаки». Ділова гра «Протилежності».
	Лекція 4	4	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4	4	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Максимізації результатів виходу за рамки звичайного мислення»
<p>Тема 3. Івент маркетинг <u>Знати</u>: характеристику чинників зовнішнього середовища, які впливають на формування поведінки споживачів; суть мікроекономічного підходу до моделювання поведінки споживачів; особливості психологічного, соціологічного та інтегрованого підходів до вивчення поведінки споживачів. <u>Вміти</u>: визначати вплив зовнішніх факторів та застосовувати персональний вплив на поведінку споживача. <u>Формування компетенцій</u>: ЗК01, ЗК02, ЗК04, ЗК06, СК05-СК08 <u>Результати навчання</u>: РН07, РН10 <u>Рекомендовані джерела</u>: 1,2,5,6-10</p>	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, Кейс за мультиплікаційним фільмом «Мадагаскар»
	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Групове виконання завдання на організацію івент-заходу. Модульний контроль 1
<p>Тема 1. Класифікація видів сучасного маркетингу. Тема 2. Латеральний маркетинг Тема 3. Івент маркетинг</p>	Самостійна робота	1-6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг високих технологій 2. Парадокси маркетингу 3. Альтернативний маркетинг 4. Структурування архіву ідей латеральних маркетингових зрушень; 5. Методи креативного мислення Едварда де Боні. 6. Професійні вимоги до івент-менеджерів 7. Причини та приклади невдало проведених івент - заходів 8. Особливості організації івент - заходів для людей похилого віку/ для молоді/ для дітей/ для студентів
Розділ 2. ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ			
<p>Тема 4. Нейромаркетинг. <u>Знати</u>: складові процесу прийняття рішення індивідуальним споживачем; процес усвідомлення потреби; процес оцінки і вибору альтернатив; післякупівельний дисонанс</p>	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, Обговорення ситуації «Чому ми приймаємо бажання за щастя»

<p>Вміти: впливати на процес прийняття рішення споживачем про покупку певних товарів/послуг, використовуючи широку гаму професійних методів управління поведінкою споживачів</p> <p>Формування компетенцій: ЗК9, ПП5, ПП12, ПП13.</p> <p>Результати навчання: ПРН5</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-10</p>	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 5. Сенсорний маркетинг.</p> <p>Знати: алгоритм процесу прийняття рішення індустріальним споживачем; специфіку і модель поведінки індустріальних споживачів; процес організаційної закупівлі.</p> <p>Вміти: обґрунтовувати вибір засобів впливу на окремі етапи процесу споживчого рішення споживачів</p> <p>Формування компетенцій: ЗК01, ЗК02, ЗК04, ЗК06, СК05-СК08</p> <p>Результати навчання: РН07, РН10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-10</p>	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, навчальна дискусія, Обговорення ситуації «Сполучуваність і перетворення кольорів»
	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, Обговорення ситуації «тест Люшера в маркетингу»; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Модульний контроль 2
<p>Тема 4. Нейромаркетинг.</p> <p>Тема 5. Сенсорний маркетинг.</p>	Самостійна робота	7-12	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мультисенсорні процеси переробки інформації 2. Дослідження реакцій мозку на конкретні маркетингові стимули 3. Приклади застосування кольорів у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами 4. Приклади застосування звукосемантики у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами 5. Приклади застосування аромерчандайзінга у формуванні атмосфери точки продажів - з власноруч зробленими фотографіями або відео та описами 6. Модель досягнення сенсорного впливу Бернда Шмітту
Розділ 3. ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ			
<p>Тема 6. Buzz-маркетинг .</p> <p>Знати: процедуру вимірювання емоційної, пізнавальної та поведінкової реакції споживачів за допомогою кількісних методів; особливості аналізу прихильності до торгової марки; рівень прихильності, рівень притягнення.</p> <p>Вміти: застосовувати кількісні методи дослідження поведінки споживачів; методи вимірювання задоволеності/незадоволеності.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК01, ЗК02, ЗК04, ЗК06, СК05-СК08</p> <p>Результати навчання: РН07, РН10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2, 4,5,6-10</p>	Лекція 13	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.
	Лекція 14	14	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14	14	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 7. Вірусний і партизанський маркетинг.</p> <p>Знати: сутність і принципи Buzz-маркетингу; основні цілі, завдання вірусного і партизанського маркетингу</p>	Лекція 15	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 16	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>Вміти: застосовувати технологію Buzz-маркетингу; застосовувати прийоми і методи управління просуванням за допомогою вірусного і партизанського маркетингу .</p> <p>Формування компетенцій: ЗК01, ЗК02, ЗК04, ЗК06, СК05-СК08</p> <p>Результати навчання: РН07, РН10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,4,5,6-10</p>	Практичне заняття 16	16	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Модульний контроль 3
<p>Тема 6. Buzz-маркетинг.</p> <p>Тема 7. Вірусний і партизанський маркетинг.</p>	Самостійна робота	13-18	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приклади застосування Pass-along технології як засобу впливу на споживача 2. Приклади застосування Undercover технології як засобу впливу на споживача 3. Приклади застосування моделі "інформації за запитом" як засобу впливу на споживача 4. Відмінність Word of Mouth від інших способів просування товару

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Microsoft PowerPoint – візуалізація даних
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.- http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf
3. Buzz-marketing [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://expolady.com.ua/work/2/buzz-marketing>
4. Особливості створення інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.lntu.info/book/fb/pcsp/2012/12-40/page12.html>.
5. Партизанський маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.partizanmarketing.in.ua/?page_id=31.
6. Сучасні види інноваційного маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studme.com.ua/1951110515080/marketing/traditsionnye_sposoby_prodvizheniya_produktsii_internete.html.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота вклучає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на Perezaxaxування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
- Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2)

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Групова динаміка та комунікації»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях

70 (бали напрацьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль),

30 (підсумкове оцінювання - Залік):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	52 бали
	• Самостійна робота	18 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Залік	Залік проходить у письмовій формі.	30 балів
	Додаткова оцінка	Оцінювання
Види навчальної роботи		
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:		
Тези доповіді на фаховій конференції		3 бали
Стаття у фаховому виданні		5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні		10 балів
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів		

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	<p>Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.</p>	<p>Високий</p> <p>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.</p>	<p align="center">Відмінно / Зараховано (А)</p>
82-89	<p>Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (В)</p>
75-81	<p>Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (С)</p>
64-74	<p>Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (D)</p>
60-63	<p>Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.</p>	<p>Середній</p> <p>Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (E)</p>
35-59	<p>Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.</p> <p>Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими.</p> <p>Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.</p>	<p>Низький</p> <p>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	<p>Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється</p>
1-34	<p>Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни.</p> <p>Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.</p> <p>Студент не допущений до здачі заліку.</p>	<p>Незадовільний</p> <p>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	<p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється</p>