

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра країнознавства і туризму

УЗГОДЖЕНО

Декан факультету міжнародних
відносин

«18» 03 2019 р.

Ю. Волошин

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

А. Гудманян

2019 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни
"МАРКЕТИНГ"

Галузь знань: 24 "Сфера обслуговування"
Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

Курс – 3 Семестр – 6

Лекції – 16 Диференційований залік – 6 семестр
Практичні заняття – 32
Самостійна робота – 57
Усього (годин/кредитів ECTS) – 105/3,5

Домашнє завдання (1) - 6 семестр

Індекс РБ-17-242/16-2.1.22

СМЯ НАУ РНП 15.01.02-01-2019



Робоча навчальна програма дисципліни «Маркетинг» розроблена на основі ~~освітньої програми~~ та робочого навчального плану № РБ-17-242/16 підготовки фахівців освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм», освітньо-професійної програми «Туризмознавство», навчальної програми цієї дисципліни, індекс Н-17-242/16-2.1.22, затвердженої ректором 20 03 2019 р. та відповідних нормативних документів.

Робочу навчальну програму розробив
доцент кафедри
країнознавства і туризму, к.е.н.

О. Беркова

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 242 «Туризм» освітньо- професійної програми «Туризмознавство» – кафедри країнознавства і туризму, протокол № 1 від «31» 01 2019 р.

Завідувач кафедри

Г. Балабанов

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету міжнародних відносин, протокол № 2 від «4» 02 2019 р.

Голова НМРР

М. Висоцька

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник



ЗМІСТ

	стор.
1. Вступ	4
2. Зміст навчальної дисципліни	4
2.1. Тематичний план навчальної дисципліни	4
2.2.3.1. Домашнє завдання	6
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	
3.1. Список рекомендованих джерел	6
3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до технічних засобів навчання	7
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	8



1. ВСТУП

Робоча навчальна програма дисципліни розроблена на основі навчальної програми дисципліни «Маркетинг» та «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.15 №37/роз,

Рейтингова система оцінювання (PCO) є невід'ємною складовою робочої навчальної програми і передбачає визначення якості виконаної студентом усіх видів аудиторної та самостійної навчальної роботи та рівня набутих ним знань та умінь шляхом оцінювання в балах результатів цієї роботи під час поточного, модульного та семестрового контролю, з наступним переведенням оцінки за багатобальною шкалою в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

PCO передбачає використання модульних рейтингових оцінок (поточної, контрольної, підсумкової), а також екзаменаційної або залікової, підсумкової семестрової та підсумкової рейтингових оцінок

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ пор.	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекції	Практ. занят.	СРС
1	2	3	4	5	6
Модуль №1 «Теоретичні основи маркетингу»					
1.1	Сутність маркетингу та його сучасна концепція	7	2	2	3
1.2	Концепції діяльності підприємства на ринку.	4	-	2	2
1.3	Маркетинговий менеджмент	10	2	2	6
1.4	Вивчення потреб і поведінки споживачів й вибір цільових сегментів ринку	8	2	2	4
1.5	Ознаки сегментації ринку покупців-підприємств: географічний, галузевий, за системою організації закупівель, за обсягами замовлень.	4	-	2	2
1.6	Комунікаційна політика в системі маркетингу	8	2	2	4
1.7	Роль реклами. Вибір носіїв рекламних об'яв. Зв'язки з громадськістю	4	-	2	2
1.8	Модульна контрольна робота №1	6	-	2	4
Усього за модулем № 1		51	8	16	27



Модуль №2 «Організація контролю та маркетингової діяльності підприємства»					
2.1	Товарна політика в системі маркетингу	8	2	2	4
2.2	Торговельна марка, її складові	4	—	2	2
2.3	Політика розповсюдження в системі маркетингу	8	2	2	4
2.4	Види та особливості посередників у виробничій та невиробничій галузях.	4	—	2	2
2.5	Стратегії маркетингу підприємства	7	2	2	3
2.6	Ризики ринку і напрями їх подолання	4	—	2	2
2.7	Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства	7	2	2	3
2.8	Домашнє завдання	8	-	-	8
2.9	Модульна контрольна робота №2	4	-	2	2
Усього за модулем № 2		54	8	16	30
Усього за навчальною дисципліною		105	16	32	57


2.2. Домашнє завдання

З навчальної дисципліни студенти виконують домашнє завдання (ДР), відповідно до затвердженого навчального робочого плану та методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу з дисципліни, який може використовуватися у подальшому в професійній роботі. Домашнє завдання - це самостійне дослідження студента, що дозволяє найбільш повно розкрити одержані ним в процесі вивчення дисципліни «Маркетинг» знання і вміння, використати їх для вирішення практичних завдань. Працюючи над домашнім завданням, студент повинен засвоїти навички правильної постановки проблеми та обґрунтування її актуальності, формулювання мети і завдань дослідження, побудови логічного плану і оптимальної структури, роботи з літературними джерелами та статистичною інформацією, аналізу та оцінки різних аспектів діяльності організації, обґрунтування власних узагальнень, висновків і пропозицій.

Метою підготовки домашнього завдання з дисципліни «Маркетинг» є поглиблення студентом теоретичних знань щодо стратегічних підходів у діяльності підприємств, дослідження ринку туристичної продукції, організації процесу постачання, формування комплексу маркетингового впливу на споживачів туристичних товарів, організації та контролю маркетингової діяльності.

Виконання, оформлення та захист ДР здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Для успішного виконання ДР студент повинен знати теоретичні основи маркетингової діяльності підприємств, вміти застосовувати принципи

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни "Маркетинг"	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 6 із 12	

формування складових комплексу маркетингу в розробці програми маркетингу конкретного підприємства туристичної сфери діяльності.

Час, потрібний для виконання ДР, пропонується 8 годин самостійної роботи.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Список рекомендованих джерел

Основні рекомендовані джерела

3.1.1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підруч. / Л.В. Балабанова. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. -К.: Знання-Прес, 2016. - 645 с.

3.1.2. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібник / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблюдська, О. О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 400 с.

3.1.3. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р.Бест. - 6-е изд.. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. - 696 с

3.1.4. Карлова О. А. Основи менеджменту і маркетингу : підручник / О. А. Карлова, С. І. Плотницька, М. К. Гнатенко. – Харків : Друкарня Мадрид, 2016. – 228 с. 3.1.5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетинга / Ф.Котлер. - 3-е издание. - М. : Альпина Паблішер, 2017. - 157 с.

3.1.6. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с..

3.1.7. Мартин О.М. Основи маркетингу: Навчальний посібник. / О.М.Мартин. - Львів: ЛДУБЖД, 2015. – 409 с.

3.1.8. 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.

3.1.9. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учебник для ВУЗов: Пер. с нем. / Х. Хершген. – М. : ИНФРА-М, 2015.- 456с.

Додаткові рекомендовані джерела

3.1.10. Белявцев М. І. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / М. І. Белявцев, Г. Д. Леонова, А. М. Зайцева. – Донецьк : Норд-Прес, 2010. – 279 с.


3.1.11. Бурковська А. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / А. В. Бурковська. – К. : ЦУЛ, 2014. – 208 с.

3.1.12. Лук'янов В. О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посіб. / Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. – К. : Кондор, 2012. – 336 с.

3.1.13. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>.

3.1.14. Офіційний сайт Міжнародного інституту менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imd.org/wcc/>

3.1.15. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>

	Система менеджменту якості. Робоча навчальна програма навчальної дисципліни "Маркетинг"	Шифр документа	СМЯ НАУ РНП 15.01.02 – 01-2019
		Стор. 7 із 12	

3.1.16. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3.1.17. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.me.gov.ua/](http://www.me.gov.ua/).

3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до ТЗН

№ пор.	Назва	Шифр тем за тематичним планом	Кількість
1.	Структурно-логічні схеми	1.2, 1.3, 1.4, 2.2, 2.3, 2.4.	5 прим.
2.	Методичні рекомендації до виконання домашньої контрольної роботи	2.5	електронна версія



4. РЕЙТИНГОВА ОЦІНЮВАННЯ СИСТЕМА НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. залікової рейтингових оцінок 4.1.

Таблиця 4.1

6 семестр				
Модуль №1		Модуль №2		Мак кількість балів
Вид навчальної роботи	Мак кіль-ть балів	Вид навчальної роботи	Мак кіль-ть балів	
Виконання завдань семінарських занять 1.1-1.4.	20 (сумарна)	Виконання завдань семінарських занять №2.1-2.4.	20 (сумарна)	
Виконання індивідуальних завдань	9 (сумарна)	Виконання домашнього завдання	9 (сумарна)	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше 18 бал.</i>		<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше 18 бал.</i>		
Виконання модульної контрольної роботи №1	15	Виконання модульної контрольної роботи №2	15	
Усього за модулем №1	44	Усього за модулем №2	44	
Семестровий диференційований залік				12
Усього з дисципліни				100

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою

Рейтингова оцінка в балах				Оцінка за національною шкалою
Виконання завдань до семінарських занять	Виконання домашнього завдання	Виконання індивідуальних завдань	Виконання модульної контрольної роботи	
18-20	9	9	14-15	Відмінно
15-17	7-8	7-8	12-13	Добре
12-14	6	6	9-11	Задовільно
менше 12	менше 6	менше 6	менше 9	Незадовільно



4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума поточної та контрольної модульних рейтингових оцінок становить підсумкову модульну рейтингову оцінку (табл.4.3), яка в балах та за національною шкалою заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.3

Відповідність підсумкової модульної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Модуль №1	Модуль №2	Оцінка за національною шкалою
40-44	40-44	Відмінно
33-39	33-39	Добре
27-32	27-32	Задовільно
менше 27	менше 27	Незадовільно

4.5. Сума підсумкових модульних рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову модульну рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінку за національною шкалою (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Таблиця 4.5

Відповідність підсумкової семестрової модульної рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно
менше 53	Незадовільно

Відповідність залікової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
12	Відмінно
10	Добре
8	Задовільно
-	-

4.6. Сума підсумкової семестрової модульної та залікової рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 4.6).

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: 92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е тощо.

Таблиця 4.6

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82 – 89		B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75 – 81	Задовільно	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67 – 74		D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60 – 66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35 – 59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1 – 34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: *92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е* тощо.

4.9. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни, яка викладається протягом одного семестру, дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплому.



(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1.	Кучеренко В. С.	01.09.20 протокол № 11	<i>В. С. Кучеренко</i>	згідно з стандартами

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				