

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Кафедра маркетингу



«ЗАТВЕРДЖЕНО»

завідувач кафедри

Касян С.Я.

«31» серпня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг»

Галузь знань	29 Міжнародні відносини
Спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Освітня програма	«Міжнародні економічні відносини»
Спеціалізація	—
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Форма підсумкового контролю	іспит
Термін викладання	3-й семестр, 6 чверть
Мова викладання	українська

Викладачі: доц. Пілова К.П.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу Дніпро. : НТУ «ДП», 2022. 14 с.

Розробник – Пілова Катерина Петрівна, доцент, кандидат економічних наук

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини (протокол № 1 від 31.08.2022).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	7
6.1 Шкали.....	7
6.2 Засоби та процедури	7
6.3 Критерії	9
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Міжнародні економічні відносини» спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф11 «Маркетинг» віднесено такі результати навчання

Р 4	Систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища.
Р 9	Розуміти і вміти застосовувати, відповідно до інших вимог освітньої програми, сучасні теорії та методи розв'язання спеціалізованих складних задач і практичних проблем у сфері міжнародної торгівлі товарами та послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин, мобільності людських ресурсів, міжнародного трансферу технологій.
Р 13	Підбирати і вміло застосовувати аналітичний інструментарій дослідження стану та перспектив розвитку окремих сегментів міжнародних ринків товарів і послуг з використанням сучасних знань про методи, форми й інструменти регулювання міжнародної торгівлі.
Р24	Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків

Мета дисципліни – формування у студентів системи теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
Р 4	Р 4.1-Ф11	Знати основні підходи та методи проведення маркетингових досліджень
	Р 4.2-Ф11	Вміти аналізувати маркетингове середовище
Р 9	Р 9.1-Ф11	Вміти визначати методи побудови взаємовідносин зі споживачами, партнерами і зовнішнім оточенням
	Р 9.2-Ф11	Вміти взаємопов'язувати потреби і запити споживачів з товарами і послугами компанії
	Р 9.3-Ф11	Знати основні підходи щодо планування маркетингової діяльності
Р 13	Р 13.1-Ф11	Вміти здійснювати сегментування ринку
	Р 13.2-Ф11	Знати основні підходи щодо позиціонування компанії (товару)
Р24	Р24.1-Ф11	Знати основні інструменти комплексу маркетингу

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Ф2 Економічна теорія	Знати сутність, фактори та закони дії попиту й пропозиції. Вміти виявляти специфіку формування різних станів ринкової кон'юнктури. Знати типи, види і форми конкуренції. Розрізняти ринкові структури з огляду на ступінь ринкової влади. Розуміти сутність підприємницької діяльності та її види.
Ф3 Економіка зарубіжних країн	Визначати особливості функціонування суб'єктів економіки зарубіжних країн, особливості економічних стратегій розвинутих країн, стратегій країн, що розвиваються, міжнародних стратегій економічного розвитку України.
Ф5 Політологія	Вміти використовувати базовий категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.
Ф7 Мікроекономіка	Знати та розуміти теорію поведінки споживача, її інтерпретацію і методи моделювання. Знати та розуміти теорію поведінки виробника, її інтерпретацію і методи моделювання. Оцінювати та аналізувати ринок товарів, визначати різні моделі ринку.

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	Обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	Обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	40	18	22	40	4	36
практичні	50	18	32	50	6	44
лабораторні	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	90	36	54	90	10	80

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	40
ПР 4.2-Ф11	Тема 1. Зміст і сутність маркетингу	6
ПР 9.1-Ф11	1.1. Суть маркетингу. Концепції та види маркетингу	
ПР 9.2-Ф11	1.2. Основні елементи комплексу маркетингу	
Р24.1-Ф11	1.3. Функції маркетингу	
	1.4. Зовнішнє середовище маркетингу	
	1.5. Міжнародне маркетингове середовище, його зміст та складові	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
P 4.1-Ф11 P 4.2-Ф11 P 9.3-Ф11 P 13.1-Ф11 P 13.2-Ф11	Тема 2. Маркетингові дослідження та розробка стратегії маркетингу 2.1. Процес маркетингового дослідження. Типи маркетингових досліджень на міжнародних ринках 2.2. Суть та особливості проведення міжнародних маркетингових досліджень. Система інформаційного забезпечення міжнародної маркетингової діяльності 2.3. Сегментування ринку та позиціонування товару. Сутність та типові підходи до сегментації міжнародного ринку. Позиціонування товару та підприємства на міжнародному ринку 2.4. Стратегічне маркетингове планування 2.5. Моделі прийняття стратегічних рішень, види маркетингових стратегій. Стратегії міжнародного маркетингу	6
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 3. Маркетингова товарна політика 3.1. Цілі та суть товарної політики 3.2. Міжнародна товарна політика і товарні стратегії 3.3. Фактори, що впливають на товарну політику 3.4. Конкурентоспроможність товару 3.4. Управління товаром	6
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P 13.3-Ф11	Тема 4. Маркетингова цінова політика 4.1. Цілі ціноутворення 4.2. Фактори формування ціни 4.3. Процес ціноутворення 4.4. Ціни і цінова політика у міжнародному маркетингу	6
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 5. Маркетингова політика розподілу 5.1. Цілі політики розподілу 5.2. Вибір каналів розподілу. Процес товароруху 5.3. Канали розподілу в міжнародному маркетингу, їх вибір та структура 5.4. Методи збуту в міжнародному маркетингу	6
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 6. Маркетингова комунікаційна політика 6.1. Цілі та засоби комунікаційної політики 6.2. Процес вибору комплексу просування 6.3. Засоби комплексу маркетингових комунікацій 6.4. Міжнародні маркетингові комунікації	6
P95.3-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 7. Організація та контроль маркетингової діяльності 7.1. Планування та організація маркетингової діяльності 7.2. Контроль маркетингової діяльності 7.3. Особливості міжнародної маркетингової діяльності на підприємстві	4
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		50
P 4.2-Ф11 P95.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 1. Зміст і сутність маркетингу	6
P 4.1-Ф11 P 4.2-Ф11	Тема 2. Маркетингові дослідження та розробка стратегії маркетингу	8

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
P95.3-Ф11 P 13.1-Ф11 P 13.2-Ф11		
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P 13.3-Ф11	Тема 3. Маркетингова товарна політика	8
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 4. Маркетингова цінова політика	6
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 5. Маркетингова політика розподілу	8
P 9.1-Ф11 P 9.2-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 6. Маркетингова комунікаційна політика	8
P 9.3-Ф11 P24.1-Ф11	Тема 7. Організація та контроль маркетингової діяльності	6
РАЗОМ		90

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, автономії та відповідальності студента за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня (для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти) під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
- концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: ♦ концептуальних знань; ♦ високого ступеню володіння станом питання; ♦ критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
- поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: ♦ виявляти проблеми; ♦ формулювати гіпотези; ♦ розв'язувати проблеми; ♦ обирати адекватні методи та інструментальні засоби; ♦ збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; ♦ використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
- донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; - збір, інтерпретація та застосування даних; - спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: ♦ правильна; ♦ чиста; ♦ ясна; ♦ точна; ♦ логічна; ♦ виразна; ♦ лаконічна. Комунікаційна стратегія: ♦ послідовний і несуперечливий розвиток думки; ♦ наявність логічних власних суджень; ♦ доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; ♦ правильна структура відповіді (доповіді); ♦ правильність відповідей на запитання; ♦ доречна техніка відповідей на запитання; ♦ здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі.	85-89

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
- управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; - спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; - формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; - організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; - здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: ♦ дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; ♦ здатність до роботи в команді; ♦ контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: ♦ обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; ♦ самостійність під час виконання поставлених завдань; ♦ ініціативу в обговоренні проблем; ♦ відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: ♦ використання професійно-орієнтованих навичок; ♦ використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; ♦ володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: ♦ ступінь володіння фундаментальними знаннями; ♦ самостійність оцінних суджень; ♦ високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; ♦ самостійний пошук та аналіз джерел інформації	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання.

Дистанційна платформа MOODLE.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Котлер Ф. Маркетинг 4.0 Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катараджая, Іван Сетьяван; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. – К. : Діалектика, 2020. – 880 с.
3. Мазаракі А.А., Мельник Т.М. Міжнародний маркетинг : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С. С. Гаркавенко. – 7-е вид., доп. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.

Додаткові

1. Маркетинг. Навч. посіб. / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. К. : «НВП» Інтерсервіс», 2018. 216 с.
2. Маркетинг: термінологічний словник / Старостіна А. О., Кочкіна Н. Ю., Журило В. В. та ін. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2017. 154 с.
3. Старостіна А. Український маркетинг: становлення та перспективи розвитку // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 1. – С. 4–10.
4. Kuvaieva T.V., Pilova K.P. Forms of organization of production activity of enterprises in terms of probabilistic nature of demand. Scientific Bulletin of National Mining University. 2021. Issue 4. P. 177-184 (наукометрична база Scopus, Index Copernicus)
5. Безугла Л.С., Пілова К.П., Макуха Ю. М. Стратегія блакитного океану як інноваційний вектор розвитку бізнес-структур. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 4, Том 3. С.95-99. [Digital

source]. Access, 26.09.2021: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2020-43-16.pdf> (фахове видання, категорія В)

6. Куваєва Т.В., Пілова К.П., Магеррамова І.А. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/542> DOI: 10.32782/2524-0072/2021-29-1 (фахове видання, категорія В)

Ресурси мережі Інтернет

1. Українська Асоціація Маркетингу. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.uam.in.ua>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг»

для бакалаврів освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні
відносини»

спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

Розробник:

Катерина Петрівна Пілова

У редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19