



Силабус навчальної дисципліни «Вступ до фаху»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	3 кредита
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 2 год. Практичні (семінарські) – 30 год. Лабораторні – 4 год. Самостійна робота – 54 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Маркетингу, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), https://dom.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Вовк Володимир Анатолійович к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Контактна інформація викладача (-ів)	volodymyr.vovk@hneu.net
Дні занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять Лабораторні; згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні
Мета навчальної дисципліни набуття майбутніми фахівцями початкових знань щодо функціональних особливостей та завдань маркетингу на підприємстві, роботи маркетингових підрозділів, формування уявлень про маркетинг як про науку та прикладну бізнесову функцію.	
Передумови для навчання	
<p><i>Знати:</i> сутність та завдання маркетингу як навчальної дисципліни, прикладної функції сучасного підприємництва та науки; історичні віхи та передумови становлення маркетингу; основні напрями прикладання набутих професійних знань і навичок; функції та завдання основних підрозділів маркетингових служб та окремих працівників; тенденції становлення та розвитку маркетингу як науки та здобутки провідних вчених маркетингологів.</p> <p><i>Вміти:</i> свідомо виокремлювати маркетингові функції з-поміж інших бізнесових функцій підприємства; правильно користуватися бібліотечним фондом щодо пошуку та вибору необхідної навчальної літератури; здійснювати пошук навчальних, наукових і прикладних матеріалів у пошукових системах електронних мереж.</p>	
Зміст навчальної дисципліни	
<ol style="list-style-type: none">1. Сутність вищої освіти (порівняльний аналіз - України з іншою країною).2. Здобуття вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та її переваги на ринку освітніх послуг:3. Функціональні обов'язки маркетинголога відповідно нормативно-правовим актам та запитам роботодавців.4. Напрями та види професійної діяльності в маркетингу .5. Маркетинг як наука (теоретичний внесок відомих вчених в сфері маркетингу).	



6. Шлях до успіху відомих маркетологів-практиків

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний та підсумковий контроль упродовж семестру – 100 та мінімально можлива кількість балів, – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи