Вступ до фаху

І семестр 2023-2024 н.р

силабус

Час та аудиторія проведення занять: Згідно розкладу - http://rasp.kart.edu.ua/

Команда викладачів:

Лектори: Мкртичьян Олена Миколаївна (старший викладач), Контакти: *+38 (057) 730-10-47*, e-mail: mkrtichyan@kart.edu.ua	
Години прийому та консультації: кожну середу з 14.00 до 15.00 Розміщення кафедри: Місто Харків, майдан Фейєрбаха, 7, 3 корпус, 4 поверх, 411 аудиторія	
Веб сторінка курсу: http://do.kart.edu.ua/ Додаткові інформаційні матеріали: http://metod.kart.edu.ua	

XXI століття вважають століттям споживання. Все навколо нас пов'язано з покупкою та споживанням товарів і послуг. Ви задавали собі питання, чому Ви так багато купуєте? Відповідаємо – тому що є така професія, що створює, виявляє та маніпулює Вашими потребами.

І ця професія називається Маркетолог!

Маркетинг це не тільки Маркетологи в чистому вигляді, це ще й безліч інших професій, пов'язаних з просуванням товарів і послуг, вивченням попиту на продукцію підприємства, виявленням переваг споживачів і їх лояльності до тих або інших торгових марок. У сфері маркетингу працюють: копірайтери, бренд і PR-менеджери, менеджери з продажу, мерчандайзери, трейд-маркетологи, фахівці з реклами і PR.

Головна мета курсу: формування системи знань про особливості навчального процесу в УкрДУЗТ , функціональні обов'язки маркетолога-практика різних направленостей та принципів формування та функціонування маркетингових структур.

Завдання курсу: знайомство з головними аспектами організації навчальної діяльності в УкрДУЗТ, вивчення основних понять маркетингу та набуття навиків роботи з навчальною літературою.

Результати навчання:

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на транспортному ринку.
Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта, транспортної галузі.
Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
РН 18 Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Чому ви маєте обрати цей курс?

Маркетологи глибоко залізають у Ваші голови для розуміння, що потрібно Вам для щастя. Про себе Ви зараз голосно фиркнули: «Я незалежний від брендів і реклами!» Серйозно? Погляньте на логотип Вашого комп'ютера, а зараз переведіть погляд на телефон, потім на кросівки, футболку, джинси, дезодорант. Продовжувати? Всі логотипи перед Вами – це робота Маркетолога. Значущість маркетингу у наш час колосальна. Варто тільки сказати, що кожний третій співробітник західної компанії – маркетолог. Із зарплатою з чотирма нулями

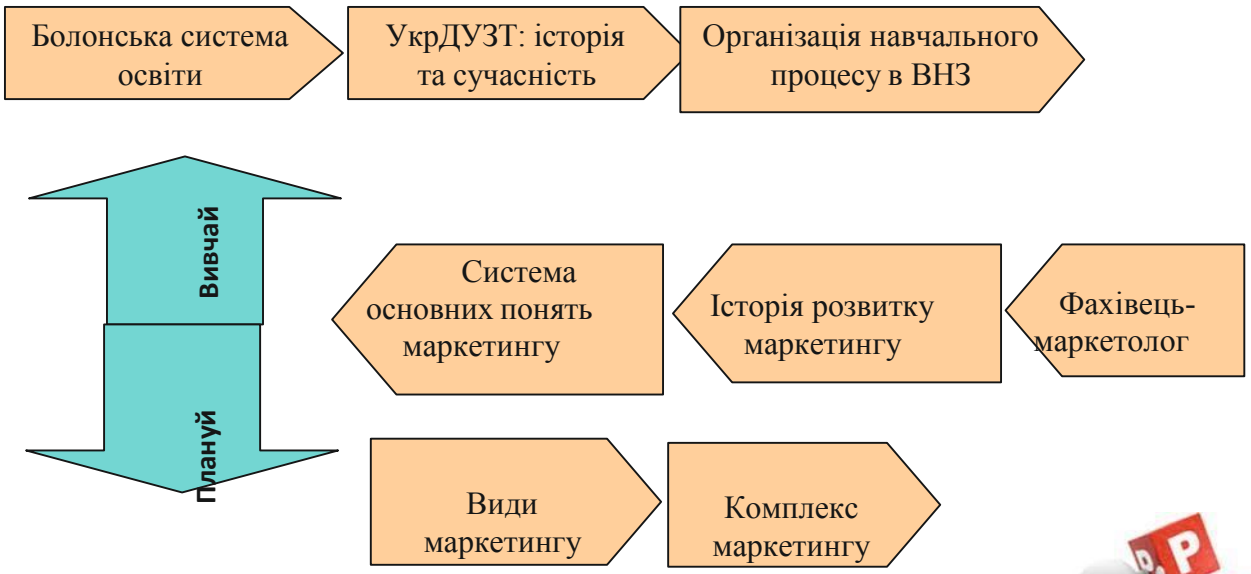
Необхідність курсу «Вступ до фаху» в процес підготовки фахівців в області маркетингового управління обумовлена необхідністю створення теоретичної та практичної бази для успішного освоєння спеціальних маркетингових дисциплін в рамках спеціальності «Маркетинг».

Організація навчального процесу

Курс складається з однієї лекції та одного практичного раз на два тижні.

Лекційний матеріал складається з текстового матеріалу, презентації. На практичних заняттях використовується робочий зошит з дисципліни, в якому містяться практичні завдання для індивідуального та групового виконання. В рамках курсу передбачаються лекції запрошених роботодавців.

Теми курсу



Вступ до фаху / схема курсу

Поміркуй	Лекції	
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	**Виконай**
	Групові завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Іспит	

Тематично-календарний план

Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
2	Болонська система освіти	2	Єдина рейтингова система оцінювання студентів (ECTS)
1	УкрДУЗТ: історія та сучасність	1	Нормативно-правова база діяльності
2	Організація навчального процесу в ВНЗ	2	Правила користування навчальною літературою
2	Фахівець-маркетолог	2	Напрямки спеціалізації маркетологів
	Модульний контроль знань		
2	Історія розвитку маркетингу	2	Концепції маркетингу
2	Система основних понять маркетингу	2	Опрацьовування лекційного матеріалу
2	Види маркетингу	2	Практичне завдання
2	Комплекс маркетингу	2	Розробка комплексу маркетингу продукту
	Модульний контроль знань		

Інформаційні матеріали

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – К.: Лібра, 2008.
2. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009.
3. Маркетинг : Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська - Київ «Наш час» , 2007.- 504 с.
4. Маркетинг: Підручник / Руделіус В., Азарян О.М. – К.: Навчально-метод. центр «Консорціум з удосконалення менеджмент–освіти в Україні», 2008.
5. Маркетинг галузей: навчальний посібник / М. Г. Рега, І. М. Чучка. - Мукачево : РВЦ МДУ, 2015. - 228 с.
6. 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.
7. Примак Т.О. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2001.
8. Ромат Е. В. Реклама : учебник для студентов специальности «Маркетинг» / Ромат Е. В. – 3-е изд., перераб. И доп. – К. ; Х. : Студцентр, 2000. – 480 с.
9. Старостіна А. О. Маркетинг : навч. посібн. / А. О. Старостіна, О. В. Зозульов. – 3-тє вид., перероб. – К. : Знання, 2006. – 327 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. http://metod.kart.edu.ua/
2. https://companion.ua/
3. http://innovations.com.ua/
4. https://www.marketingweek.com/
5. https://www.marketingprofs.com/
6. https://tap.ua/blog 7. https://mr.com.ua/

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (http://kart.edu.ua), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу)

Вимоги викладача

Вивчення навчальної дисципліни «Вступ до фаху» передбачає:

- виконання завдань згідно з навчальним планом (індивідуальні завдання, самостійна робота тощо);
- підготовки до практичних занять;
- роботу з інформаційними джерелами.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з програмою навчальної дисципліни, питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення методичного матеріалу.

Рішення практичних завдань повинно як за формою, так і за змістом відповідати вимогам (мати всі необхідні складові), що висуваються до вирішення відповідного завдання, свідчити про його самостійність (демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи), відсутність ознак повторюваності та плагіату.

На практичних заняттях присутність здобувачів вищої освіти є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Це ж стосується й студентів, які не виконали завдання або показали відсутність знань з основних питань теми. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчання, бути уважним та дотримуватися дисципліни.

Контрольні заходи результатів навчання

Усне опитування, поточний контроль, модульний контроль (тести), оцінювання виконання індивідуальних робіт, підсумкове тестування, іспит. При оцінюванні результатів навчання керуватися Положенням про контроль та оцінювання якості знань студентів в УкрДУЗТ http://kart.edu.ua/images/stories/akademiya/documentu-vnz/polojennya-12-2015.pdf

Принцип формування оцінки за перший та другій залікові модулі відбувається за 100-бальною шкалою, що наведено у таблиці, де максимальна кількість балів, яку може набрати студент за різними видами навчального навантаження.

Максимальна кількість балів за модуль		
Поточний контроль	Модульний контроль (Тести)	Сума балів за модуль
До 60	До 40	До 100
Поточний контроль		1 семестр
Відвідування занять. Активність на заняттях (Лекціях, практичних).		10
Виконання індивідуального завдання		30
Здача в строк індивідуальних робіт		20
Підсумок		до 60

Якщо студент пропустив практичне заняття для отримання балів за нього він повинен самостійно відпрацювати матеріал, що розглядався на занятті; виконати індивідуальне завдання – підготовка докладу відповідно до теми календарного плану. Доклад оцінюється максимально **до 5 балів**.

Залік:

- залік автоматично зараховується за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає заліковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх на заліку, відповівши на питання викладача.

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до державної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	**Відмінно** – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	**Дуже добре** – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	**Задовільно** - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E
НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	**Незадовільно** – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік або екзамен (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Програмні результати навчання:

Таблиця – Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання дисципліни «Вступ до фаху»

Результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
Аналізувати фактологічний матеріал	Виконання студентами індивідуального завдання за рахунок оцінювання необхідності застосування матеріалу для доповіді за обраною темою	Поточне оцінювання під час практичних занять
Добирати фактичний матеріал	Проблемний виклад матеріалу щодо теми доповіді	Поточне оцінювання під час практичних занять
Бути обізнаним в сучасному стані освітнього процесу та підготовки фахівців з маркетингу	Усвідомлення компетентностей фахівців з маркетингу	Перевірка ІНДЗ

Команда викладачів:

Мкртичьян Олена Миколаївна (http://kart.edu.ua/kafe-m-ua/kolectuv-kafedru-m-ua/мкртичьян-олена-миколаївна). Напрямки наукової діяльності: вантажні перевезення залізничним транспортом; удосконалення експлуатаційної роботи залізничного транспорту; маркетингові дослідження ринку транспортних послуг; рекламна діяльність; маркетингова логістика.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на

іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залучення до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: http://do.kart.edu.ua/