

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
«ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»**



Факультет/інститут психології

Кафедра філософії, соціології та релігієзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціологічні аспекти маркетингу

Освітня програма «Філософія»

Спеціалізація (за наявності) –

Спеціальність 033 Філософія

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «26» серпня 2022р.

м. Івано-Франківськ – 2022р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Соціологічні аспекти маркетингу
Освітня програма	«Філософія»
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	033 Філософія
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	Вибіркова
Курс / семестр	4 курс, 8 семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 12 год. Семінарські заняття – 18 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу

Мета: сформувати у студентів загальне уявлення про роль та місце маркетингу в житті суспільства.

Завдання:

- Ознайомити студентів з основами соціології маркетингу та системою її понять, сутністю та специфікою маркетингового підходу до аналізу соціальних явищ та практикою маркетингових досліджень в Україні та за кордоном;
- Інтегрувати попереднє знання студентів з методики та техніки проведення соціологічних досліджень та сформувати в них навички використання кількісних та якісних методів в практиці маркетингових досліджень;
- Здійснити аналіз базових соціологічних концепцій при розробці та проведенні маркетингового дослідження зі застосуванням соціологічних та маркетингових методів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

1. Ключові поняття курсу;
2. Сутність та специфіку концепцій маркетингу та маркетингового комплексу;
3. Основні теоретичні моделі, які описують соціальну дію, комунікацію з точки зору маркетингового підходу.

вміти:

4. Застосовувати в практичній діяльності знання та навички маркетингового аналізу;
5. Реалізувати самостійні маркетингові проекти.

Компетентності

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Програмні результати навчання

РН16. Вміти застосовувати загальногуманітарні та філософські знання в різних сферах

життєдіяльності.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Вступ в маркетингові дослідження	Розкрити сутність, мету та функції маркетингових досліджень, виокремити типи та суб'єкти проведення маркетингових досліджень, виявити проблеми та підходи до проведення маркетингового дослідження. Окреслити перспективи маркетингового дослідження в майбутньому.	Тести, питання,
2.	Розробка плану дослідження	Ознайомити з планом МД. Розглянути вимірювання та шкалування. Ознайомити з розробкою анкети та форм для запису результатів спостереження, вибіркою.	Тести, питання
3.	Збір, підготовка та аналіз даних.	Розглянути підготовку та роботу персоналу в „полі”.	Тести, питання
4.	Звіт про результати МД. Міжнародні та етичні норми МД	Розглянути особливості підготовки звіту про результати МД та його презентацію. Окреслити важливість етики в МД та прийняття моральних рішень при проведенні МД.	Тести, питання

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	
Семінарське заняття	50
Тестові завдання	50
Самостійна робота	
Індивідуальне завдання	
Екзамен	
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

[illegible]

Індивідуальні завдання																		
Залік /Екзамен																		50
Всього за тиждень				10		10	10	10			10	10	10		10	10	10	100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Система дистанційного навчання, мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література: 1. Акімов, Д. І. Соціальний маркетинг [Текст] / Дмитро Ігорович Акімов. – К. : Наукова думка, 2008. – 144 с.	

7. Контактна інформація

Кафедра	філософії, соціології та релігієзнавства вул. Шевченка, 57 (гуманітарний корпус), каб. 503 Телефон: +80342596015 Сайт: https://kfsr.pnu.edu.ua/ Електронна адреса: kfsr@pnu.edu.ua
Викладач	Гайналь Тетяна Олександрівна
Контактна інформація викладача	tetiana.hainal@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	Загальна кількість балів в межах курсу: 100. Розподіл балів: 0 – 49 балів – «не задовільно»; 50 – 69 балів – «задовільно», 70 – 89 балів – «добре», 90 – 100 балів – «відмінно». Оцінка розраховується як сума середнього арифметичного з усіх отриманих оцінок за всі види роботи. Необхідно пройти всі передбачені тести. Тести закритого типу (з варіантами відповідей). Кількість варіантів відповідей: 4. Кількість вірних відповідей: одна. Час виконання: до 20 хв. (в межах семінарського заняття). В межах запланованих семінарських занять є обов'язковими дві усні відповіді, які оцінюються як «незадовільно», «задовільно», «добре», «відмінно».
Пропуски занять (відпрацювання)	Відвідування всіх занять є обов'язковим. Допускається пропуск одного семінарського заняття без відпрацювання. За наявності більшої кількості пропущених семінарських занять або невиконаних тестових завдань необхідно відпрацювати їх шляхом усної відповіді по відповідній темі або повторного написання тесту. Відпрацювання проводяться в межах консультацій. При бажанні студента підвищити підсумкову оцінку пропонується виконати індивідуальне завдання.
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	На один бал зменшується оцінка від отриманої за виконану роботу.
Невідповідна поведінка під час заняття	Під час проведення занять онлайн обов'язковим є включена камера студента. Невиконання умови означатиме відсутність студента на навчальному занятті.
Додаткові бали	Індивідуальне завдання – 5 балів.
Неформальна освіта	Є можливість розглянути та зарахувати як вид самостійної чи індивідуальної роботи сертифікати про проходження додаткових курсів на онлайн-платформах (наприклад, Prometheus).

Викладач Гайналь Т.О.