

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKOBOTO OCBITHЬOTO KOМПОНЕНТУ

«МАРКЕТИНГ»

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління та адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *073 «Менеджмент»*

Освітньо-професійна програма *Менеджмент*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

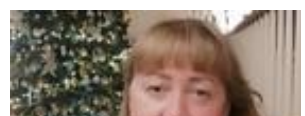
Методичної Ради зі спеціальності *073 Менеджмент*

«11 » вересня 2023 р. протокол №1.

Реєстраційний номер в навчальному відділі

К 23 - 12

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)



Викладач: Савченко Тетяна Вікторівна, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, доктор економічних наук, професор

Профайл

Контакти:
Savchenko1802@ukr.net,
0660153141

1. Загальна інформація

Освітній компонент викладається на 2 курсі у 3 семестрі
Кількість: кредитів - 5, годин – 150

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | практичні |
|---------------------------|------------|--------|--------------|
| денна | 60 | 30 | 30 |
| заочна | 20 | 10 | 10 |
| Самостійна робота, годин | Денна – 90 | | Заочна – 130 |

Розклад занять

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «Маркетинг» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань, умінь, навичок та інструментів управління маркетинговою діяльністю підприємства, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах та напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

Освітній компонент «Маркетинг» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонентів Макроекономіка і мікроекономіка, Етика ділового спілкування.

3. Мета освітнього компоненту

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг» є формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів в сучасних умовах.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг» є вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

В результаті вивчення курсу «Маркетинг» студенти повинні

знати:

- теоретико-методичні основи сутності, принципів і функцій маркетингу, цілей і завдань маркетингової діяльності, систем сучасного маркетингу; сутності, цілей, завдань, класифікації, етапів, методів маркетингових досліджень; маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;

вміти:

- розробляти рекомендації щодо удосконалення концепції, елементів, принципів, функцій маркетингу підприємств;
- надавати рекомендації щодо удосконалення практики використання маркетингової інформації і методів, складання МІС, проведення маркетингових досліджень; уміння розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;
- оцінювати стан та перспектив маркетингової діяльності на підприємстві;
- визначати та надавати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості господарської діяльності підприємства;
- обґрунтовувати та визначати механізм ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Маркетинг» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 073 Менеджмент](#) та [освітньо-професійній програмі «Менеджмент»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

Загальні компетентності:

ЗК 5 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 11 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації

ЗК 12 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 13 Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 14 Здатність працювати у міжнародному контексті.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 2 Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища

СК 3 Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК 5 Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту.

СК 7 Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК 16* Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів на підприємствах..

Програмні результати навчання:

ПРН 4 Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень

ПРН 5 Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

ПРН 15 Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

ПРН 16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

ПРН 17 Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера

ПРН 19* Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємств

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

| Тема | Зміст теми | Кількість годин | |
|--|---|-----------------|--------|
| | | денна | заочна |
| Змістовний модуль 1. Теоретичні основи маркетингу | | | |
| 1 | Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу. Маркетинг як система управління, орієнтована на ринок. Принципи маркетингу. Функції маркетингу. | 4 | 1 |
| 2 | Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Цілі маркетингу. Види маркетингу. | 4 | 1 |
| 3 | Сутність, види та методи збирання маркетингової інформації. | 4 | 1 |

| | | | |
|--|---|----|----|
| | Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та місце у системі маркетингу. Сутність, види, структура та методи маркетингових досліджень. Зміст етапів процесу маркетингових досліджень. | | |
| 4 | Потреби і попит суб'єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту. Моделювання поведінки покупців. Сутність та ознаки сегментації ринку. Стратегії маркетингу щодо сегментації ринку | 4 | 1 |
| Змістовний модуль 2. Комплекс маркетингу: сутність та зміст | | | |
| 5 | Товар та його характеристики при маркетинговому підході. Якість товару в системі маркетингу. Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ): сутність і характеристика етапів ЖЦТ. Нові товари в маркетингу: сутність, типи нововведень, етапи розроблення нових товарів. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу | 4 | 1 |
| 6 | Ціна як елемент комплексу маркетингу. Етапи процесу встановлення ціни. Класифікація цін. Цінові стратегії: поняття, види. Методи розрахунку рівня цін | 4 | 1 |
| 7 | Сутність, цілі, принципи, процес розповсюдження у системі маркетингу. Канали розповсюдження та їх характеристика. Оптова торгівля у системі маркетингу. Роздрібна торгівля її класифікація та функції у розповсюдженні. Мерчандайзинг: сутність і заходи. | 2 | 1 |
| 8 | Поняття, функції, види маркетингових комунікацій. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту: сутність, значення та заходи. Персональний продаж, паблік рилейшнз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій. | 2 | 1 |
| 9 | Організація маркетингової діяльності. Контроль маркетингової діяльності. | 2 | 2 |
| Разом за ОК: | | 30 | 10 |

5.2 Перелік практичних робіт

| № з/п | Назва практичної роботи | Кількість годин | |
|----------------------|--|-----------------|-----------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Сутність маркетингу та розвиток його концепцій | 2 | 1 |
| 2 | Маркетинг як відкрита мобільна система | 2 | 1 |
| 3 | Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень | 4 | 1 |
| 4 | Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів | 4 | 0,5 |
| 5 | Модульна контрольна робота № 1 | 2 | 0,5 |
| 6 | Товар у комплексі маркетингу | 4 | 1 |
| 7 | Ціна у комплексі маркетингу | 4 | 1 |
| 8 | Розповсюдження у комплексі маркетингу | 2 | 1 |
| 9 | Комунікації у комплексі маркетингу | 2 | 1 |
| 10 | Управління маркетинговою діяльністю | 2 | 1 |
| 11 | Модульна контрольна робота № 2 | 2 | 1 |
| Всього за ОК: | | 30 | 10 |

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

| № з/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|------------|-----------------|--------|
| | | денна | заочна |

| | | | |
|----------------------|--|-----------|------------|
| 1 | <p><i>Тема:</i> Сутність маркетингу та розвиток його концепцій</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>2.Принципи, задачі та функції маркетингу, етапи маркетингової діяльності.</p> <p>3.Еволюція концепцій маркетингу.</p> <p>Розв'яжіть тести.</p> | 6 | 10 |
| 2 | <p><i>Тема:</i> Маркетинг як відкрита мобільна система</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Класифікація функцій маркетингу відносно видів маркетингу.</p> <p>2. Нові види маркетингу.</p> <p>Розв'яжіть тести.</p> | 6 | 10 |
| 3 | <p><i>Тема:</i> Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. <i>Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика</i></p> <p>Розв'яжіть тести.</p> | 6 | 10 |
| 4 | <p><i>Тема:</i> Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибірцільових сегментів</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Сутність та види маркетингової інформації.</p> <p>2. Методи збору інформації.</p> <p>Розв'яжіть тести.</p> | 6 | 10 |
| 5 | <p><i>Тема:</i> Товар у комплексі маркетингу</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Якість товару в системі маркетингу.</p> <p>2. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.</p> <p>Розв'яжіть тести</p> | 6 | 12 |
| 6 | <p><i>Тема:</i> Ціна у комплексі маркетингу</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Методи розрахунку цін</p> <p>Розв'яжіть тести..</p> | 6 | 12 |
| 7 | <p><i>Тема:</i> Розповсюдження у комплексі маркетингу</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Сітьовий маркетинг.</p> <p>2. Франчайзинг в сфері продажу товарів.</p> <p>Розв'яжіть тести</p> | 8 | 12 |
| 8 | <p><i>Тема:</i> Комунікації у комплексі маркетингу</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Стимулювання збуту: сутність, значення та заходи.</p> <p>2. Персональний продаж, паблік рилейшнз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій.</p> <p>Розв'яжіть тести.</p> | 8 | 12 |
| 9 | <p><i>Тема:</i> Управління маркетинговою діяльністю</p> <p>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</p> <p>1. Функції служби маркетингу на підприємстві.</p> <p>2. Права служби маркетингу</p> <p>Розв'яжіть тести</p> | 8 | 12 |
| Всього за ОК: | | 90 | 130 |

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- тестування знань здобувачів за темами;
- виконання і захист практичних робіт;
- усне опитування.
- Виконання модульних контрольних робіт;
- підготовка доповідей,повідомлень.

Підсумковий контроль – *екзамен*.

Нарахування балів:

| Вид роботи, що підлягає контролю | Максимальна кількість оціночних балів | |
|--|---------------------------------------|--------------|
| | Денна | Заочна |
| Змістовний модуль 1. Теоретичні основи маркетингу | | |
| Лекційний курс * | - | - |
| Практичні роботи* | 20 | 20 |
| Самостійна робота* | 5 | 5 |
| МКР 1 | 5 | 5 |
| Доповіді | 5 | 5 |
| Всього за змістовний модуль 1 | 35 | 35 |
| Змістовний модуль 2. Комплекс маркетингу: сутність та зміст | | |
| Лекційний курс * | - | - |
| Практичні роботи* | 25 | 25 |
| Самостійна робота* | 5 | 5 |
| МКР 2 | 5 | 5 |
| Всього за змістовний модуль 2 | 35 | 35 |
| Екзамен | 30 | 30 |
| Всього | 100,0 | 100,0 |

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів Практичні роботи (оцінювання однієї роботи)

| | | |
|----------------------|---|----------|
| 4,5 - 5 балів | Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді | відмінно |
|----------------------|---|----------|

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 4,0 - 4,4 балів | Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності | дуже добре |
| 3,5 – 3,9 балів | Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки | добре |
| 2,1 – 3,4 балів | Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки | достатньо |
| 0-2 балів | Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді | незадовільно |

Самостійна робота (за один модуль згідно відсотку виконання)

| | | |
|------------------------|------------|--------------|
| 4,5 - 5 балів | 90 - 100 % | відмінно |
| 4,0 - 4,4 балів | 74 – 89% | дуже добре |
| 3,5 – 3,9 балів | 60 – 73% | добре |
| 2,1 – 3,4 балів | 35 – 59 % | достатньо |
| 0-2 балів | 0-35 % | незадовільно |

Критерії оцінювання до модульних контрольних робіт

Модульні контрольні роботи складаються з відповідей на 2 теоретичні питання та розв'язання задачі.

Загальні критерії оцінювання

| № з\п | Вид роботи | Максимальний бал | Пояснення до нарахування балів |
|-------|---|------------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Відповіді на теоретичні питання (2 питання) | 2 | За надану повну обґрунтовану відповідь на два питання (максимальний бал – 1 бал за кожную відповідь) |
| 2 | Розв'язання задачі | 3 | Максимальний бал нараховується за умов, що завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином |
| | Разом | 5 | |

Таблиця 4

Критерії оцінювання відповідей на теоретичні питання

| Розподіл балів за відповіді на одне теоретичне питання | Критерії оцінювання відповідей |
|--|---|
| 1-0,8 | за умови, якщо студент показав глибокі знання, чітко, грамотно, логічно і послідовно його викладає; вільно оперує термінологією, знайомий із законодавчими та нормативними документами, вміє аналізувати ситуацію та має альтернативні погляди на викладений матеріал |
| 0,7-0,5 | за умови, якщо студент має тверді знання, грамотно і по суті викладає відповіді на поставленні питання, не допускає грубих помилок при відповіді на них, але не повністю розкриває зміст |
| 0,4-0,3 | за умови, якщо студент знає теоретичний матеріал на рівні репродуктивного відтворення, але не надає належної оцінки процесів та явищ, не чітко формулює категорії та допускає незначні помилки при відповідях |
| 0,2-0 | за умови, якщо студент при відповіді допускає суттєві помилки, |

| | |
|--|--|
| | матеріал викладає не послідовно, з припущенням неточностей у формулюваннях та відсутності термінології |
|--|--|

Критерії оцінювання результатів виконання розрахунково-аналітичної задачі

| Розподіл балів за розв'язання розрахунково-аналітичної задачі | Результати розв'язання розрахунково-аналітичної задачі |
|---|---|
| 3 | Студент самостійно розв'язує стандартні, комбіновані й нестандартні проблеми задачі, здатний проаналізувати й узагальнити отриманий результат. Крім того, його дії відрізняються раціональністю, вмінням оцінювати помилки й аналізувати результати. Відповідь базується на рівні творчого мислення. Визначає суттєві елементи, які повинні враховуватися при аналізі завдання. Студент виявив всебічні і глибокі знання програмного матеріалу, демонструє вміння логічно мислити, робити логічні висновки. Завдання виконано повністю, відповідь обгрунтовано, аргументовано і оформлено належним чином. |
| 2 | Студент самостійно розв'язує типові елементи задачі (або за визначеним алгоритмом), може самостійно скласти розрахункову схему та обрати раціональний метод розв'язання, але не завжди здатний провести аналіз і узагальнення результату. Студент виявив знання навчально-програмного матеріалу вище середнього рівня з декількома незначними помилками, які істотно не впливають на кінцевий результат. Відповідь базується на рівні самостійного мислення. |
| 1 | Студент при виконанні завдання виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи. Обрав правильний напрямок дій для розв'язку, але з наявністю несуттєвих помилок в розкритті окремих питань та поверховому обгрунтуванні висновків. Завдання виконано не менше ніж на 80%, якщо допущені незначні помилки у розрахунках або оформленні |
| 0,5 | Студент розв'язав найпростіші типові елементи задачі, виявив здатність виконувати основні елементарні операції, але не спроможний самостійно сформулювати проблему і визначити метод її розв'язання, та прийняти управлінське рішення. Завдання виконано не менше ніж на 60% за умови належного оформлення; Відповідь студента та виконання завдань відповідають мінімальним вимогам. Студент демонструє здатність впоратися з завданнями, передбаченими програмою, на рівні репродуктивного відтворення |
| 0 | Студент відмовився від розв'язання розрахунково-аналітичної задачі |

Підготовка доповідей з презентаціями

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 4,5 - 5 балів | Доповідь підготовлена на актуальну тематику, має якісну презентацію та вчасно захищена, надані повні обгрунтовані відповіді на поставлені запитання | відмінно |
| 4,0 - 4,4 балів | Доповідь підготовлена, має презентацію, при відповіді на питання допущені неточності | дуже добре |
| 3,5 – 3,9 балів | Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання неповні, допущені помилки | добре |
| 2,1 – 3,4 балів | Доповідь підготовлена, має презентацію, але доповідач доповідає невпевнено, відповіді на питання незадовільні, допущені грубі помилки | достатньо |
| 0-2 балів | Доповідь підготовлена на низькому рівні або відсутня | незадовільно |

Критерії оцінювання екзамену

| | | |
|-------------|---|--------------|
| 27-30 балів | якщо здобувач демонструє повні й глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь і навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння приймати необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях, вільне володіння науковими термінами, високу комунікативну культуру | відмінно |
| 23-26 балів | якщо здобувач виявляє дещо обмежені знання навчального матеріалу, допускає окремі несуттєві помилки й неточності | дуже добре |
| 18-22 бали | якщо здобувач засвоїв основний навчальний матеріал, володіє необхідними умінями та навичками для вирішення стандартних завдань, проте при цьому допускає неточності, не виявляє самостійності суджень, демонструє недоліки комунікативної культури | задовільно |
| 0-17 балів | якщо здобувач не володіє необхідними знаннями, умінями й навичками, науковими термінами, демонструє низький рівень комунікативної культури | незадовільно |

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально- демонстративний метод, проблемний виклад.

Практичні заняття: аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, , тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань

Самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, реферування, конспектування, підготовка доповідей, розв'язання тестів.

8. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Маркетингові системи розподілу [Текст]: навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, В. В. Лагодієнко та ін.; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. — Дніпро: Грані, 2022. — 244 с.

2. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст]: кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар; відп. секретар О. В. Євтушок; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса: Лерадрук, 2020. — 757 с.: табл., рис.

3. Маркетинг у цифровому середовищі [Електронний ресурс]: підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов, та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко; Сум. держ. ун-т. — Суми: СумДУ, 2021. — 259 с.

4. Глосарій основних термінів з дисципліни "Маркетинг" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", ступінь вищ. освіти "бакалавр", ден. та заоч. форм навчання / О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса: ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 23 с.

5. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Маркетинг" [Електронний ресурс]: галузь знань 07 "Управління та адміністрування", спец. 073 "Менеджмент", ступінь

бакалавр / Т. В. Савченко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 24 с. — Електрон. текст. дані.

6. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни "Маркетинг" [Електронний ресурс] : галузь знань 07 "Управління та адміністрування", спец. 073 "Менеджмент", ступінь бакалавр / Т. В. Савченко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНТУ, 2023. — 58 с. — Електрон. текст. дані.

Додаткові:

1. Офіційний веб-портал «Законодавство України» <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Урядовий портал <https://www.kmu.gov.ua/>
3. Офіційний веб-портал Міністерства юстиції України <https://minjust.gov.ua/>

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#)

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Тетяна САВЧЕНКО

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «28» червня 2023 р. № 13

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП Менеджмент

доцент кафедри МІЛ

/ПІДПИСАНО/

Наталя КОРСІКОВА