

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



**Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки
Кафедра управління та бізнес-адміністрування**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

MARKETING MANAGEMENT

Освітня програма «Публічне управління та адміністрування»
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Галузь знань 28 Публічне управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
управління та бізнес-адміністрування
Протокол № 1 від «27 серпня 2020 р.»

ЗМІСТ

1.	Загальна інформація	3
2.	Опис дисципліни	3
3.	Структура дисципліни	4
4.	Система оцінювання курсу	7
5.	Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу	8
6.	Ресурсне забезпечення	9
7.	Контактна інформація	10
8.	Політика навчальної дисципліни	10

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Marketing Management
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Освітній рівень	Бакалавр
Статус	Нормативна навчальна дисципліна
Курс \ семестр	2,3 / 1,2
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год Практичні – 30 год. Самостійна робота – 120 год.
Мова викладання	Українська, англійська
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Мета курсу - розширити і поглибити знання студентів про основні поняття, явища та процеси у сфері маркетингу англійською мовою, огляд основ маркетингу (продукту, просування, розміщення та ціни).</p> <p>Завдання вивчення навчальної дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Отримати знання про ринки та їх класифікацію, вміти обговорювати це англійською мовою; - Отримати знання про маркетинговий процес та поведінку покупця; - Оцінити важливість маркетингових досліджень, сегментації ринку та маркетингового міксу у розробці маркетингової стратегії; - Ознайомитись з різними методами стимулювання збуту, такі як реклама та заохочення, що застосовуються маркетологами для залучення клієнтів; - Познайомтесь із поняттям підприємств та дізнайтеся про типи підприємств; вміти обговорювати це англійською мовою; - Вдосконалити набуті на попередньому етапі навчання компетенції (розуміння основ функціонування організації, формування системи мотивації персоналу, планування цілей діяльності організації, проведення рекламних компаній, презентацій та ін).
Компетентності
<p>ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>ЗК2. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).</p> <p>ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.</p> <p>ФК.3. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.</p>

ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.

Програмні результати навчання

ПР3. Уміти усно і письмово спілкуватися іноземною мовою.

ПР12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Marketing – An Overview	Introduction, Definition of Market, Types of Markets, Meaning and Definition of Marketing.	- Бліцопитування - Кейси - Есе - Завдання для самостійного виконання
2.	Тема 2. Case study: Apple.	7 Key Strategies That You Must Learn from Apple's Marketing	- Тестовий контроль знань - Кейси - Есе - Завдання для самостійного виконання
3.	Тема 3. Marketing Concepts	Production concept, Product concept, Sales/selling concept, Modern marketing concept, Societal marketing concept, Impact of marketing concepts and its applicability. Marketing functions	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
4.	Тема 4. Case study: Starbucks	Marketing Strategy: How to Create a Remarkable Brand	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
5.	Тема 5. Customer needs, wants and demands	Marketing mix, a brief introduction, 4Ps, 7Ps. Importance of marketing mix in marketing decisions	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
6.	Тема 6. Marketing Planning and Strategies	Introduction, Management Processes in Marketing, Types of Marketing Plan, Competitive Marketing Strategies, Competitive Advantage: The Importance of Strategic Marketing. What is SWOT: Situation Analysis in Marketing	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
7.	Тема 7. Product Related Decisions	Introduction, Features of a Product and its Classifications, Product Plan and New Product Development, Product Mix and its Elements, Decisions related to Product Mix, Product Life Cycle	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання

8.	Тема 8. Marketing in the public sector	Main differences between marketing in business and marketing in the public sector	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
9	Тема 9. Introduction to Branding	Introduction, Definition of a Brand, Development of a Brand, Types of Brands, Importance of Brands and Branding, Brand Equity – Definition and Benefits	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
10	Тема 10. Pricing Decisions	Introduction, Price and its Determinants, Objectives of Pricing Decisions, Factors Affecting Pricing Decisions, Pricing Policies and Strategies, Pricing Methods	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
11	Тема 11. Promotion Mix	Introduction, Promotion mix and its components, Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Direct marketing, Public Relations and publicity	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
12	Тема 12: Market Segmentation, Targeting and Positioning	Market Segmentation: Introduction, Definition of market segmentation, Need for market segmentation, Criteria for effective segmentation, Bases for market segmentation, Benefits of market segmentation	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
13	Тема 13: Consumer Behaviour	Introduction, Important definitions, Evolution of the study of consumer behavior, Determinants of consumer behavior, Types of buying decisions, Stages of the buying process, Importance of consumer behaviour study	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
14	Тема 14: Services Marketing	Introduction, Definition of services, Characteristics of services , Distinction between goods and services, Marketing mix for services, Types of services, Strategies for Services Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
15	Тема 15: Recent Trends in Marketing	Introduction, E-commerce, E-marketing, E-Retailing, Relationship marketing, Mobile marketing, Green marketing Online marketing, Developing an integrated promotion mix	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів підчас вивчення дисципліни
--

Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичні заняття	40
Самостійна робота	5
Індивідуальні завдання	5
Залік (екзамен)	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Робота на практичних заняттях	Оцінка за самостійну роботу	Оцінка за виконання індивідуальних завдань	Залік (екзамен)	Разом
40	5	5	50	100

Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою.

- По завершенні теоретичного навчання середнє арифметичне усіх отриманих оцінок у 100-бальній шкалі множиться на ваговий коефіцієнт 0,4, відповідно – максимальний бал за усі отриманні заняття у підсумку може скласти 40 балів.
- Оцінювання за екзамен відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,5.
- Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на парах (максимально – 40 балів), отриманих балів за самостійну роботу (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,05, відповідно максимальний бал за самостійну роботу може скласти 5 балів), оцінки за індивідуальне завдання (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,05, відповідно максимальний бал може скласти 5 балів) і оцінки, отриманої за екзамен (максимальний бал – 50 балів), що в сумі максимально може скласти 100 балів.
- При виставленні балів за модульний контроль оцінюються: рівень теоретичних знань та практичні навички з тем, включених до змістових модулів, самостійне опрацювання тем, написання есе, опрацювання завдань, підготовка презентацій доповідей, підготовка індивідуальних завдань тощо.
- Якщо студент не складав змістовий модуль з поважних причин, які підтверджені документально, то він має право на його складання з дозволу зав. кафедри (за заявою).
- Оцінка за іспит формується із суми відповідей студентів на 3 основні запитання та 2 додаткові (по 10 балів за кожне запитання), або, за вимогою – на основі результатів тестування (максимальна оцінка за тести – 50 балів).

Критерії оцінювання за 100-бальною шкалою:

90-100 балів – Студент вільно володіє навчальним матеріалом; висловлює свої думки; творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань; комунікативні уміння та навички сформовані на високому рівні; може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання і оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною

програмою; вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.

- *70-89 балів* – Студент вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні граматичні помилки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці; за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдань.
- *50-69 балів* – Студент володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно; на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків; знайомий з основними поняттями навчального матеріалу; комунікативні уміння та навички сформовані частково; під час відповіді допускаються суттєві граматичні помилки; має елементарні нестійкі навички виконання завдань; планує та виконує частину завдань за допомогою викладача.
- *Менше 50 балів* – У студента не сформовані комунікативні уміння та навички; студент допускає велику кількість граматичних помилок, що ускладнює розуміння; студент не володіє навчальним матеріалом; виконує лише елементарні завдання, потребує постійної допомоги викладача.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення; Мультимедіа (відеофайли, рисунки, схеми)

Література:










1. Основна

1. Philip Kotler, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Prentice-Hall, 1997
2. Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, Prentice-Hall, 1994
3. T.K.Kinnear, K.L.Bernhardt and K.A.Krentler, Principles of Marketing, Harper Collins, 1995
4. Joseph P.Guiltinan and Gordon W.Paul, Marketing Management, McGraw-Hill, 1996




Допоміжна

1. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English. Edinburgh, 2000. – 176 p.
2. Святюк Ю.В. English for International Business: Навчальний посібник для студентів економічних факультетів – К.: Освіта України. – 2009. – 216с.
3. Агабекян И.П. Английский для менеджеров / Агабекян И.П. – Ростов на Дону. – 2008 – 414с.
4. Business English: Бизнес-курс английского языка / Под ред. Е.И Кобзарь, Н.А. Лешневой. – Харьков: Парус, 2007. – 152с.
5. Англійська мова для економістів і бізнесменів: Підручник / В.К. Шпак, О.О. Мустафа, Т.І. Бондар та ін.– К.: Вища школа, 2007. – 223с.
6. Биконя О. Ділові усні та писемні переговори англійською мовою. – Центр навчальної літератури, 2006. – 396с.
7. Кумарова М.Г. Новый бизнес-английский: курс деловой лексики английского языка. – М.: «Джон уфили энд Сайез», 1995
8. Ashley A.A. Handbook of Commercial Correspondence. – Oxford University Press, 1998
9. Barrow C., Barrow P. The Business Plan Workbook. – London: Kogan Page Limited, 1992
10. Brieger N, Seweney S. English grammar and functions. – N.Y. , 2006
11. Comfort J. Negotiations. Oxford University Press, 2005
12. Hartman G. Making the deal: quick tips for successful negotiating – New York: John Wiley Inc. 2002

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування</p> <p>м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57, каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p>ст. лаборант кафедри Надія Володимирівна Качур</p> <p> тел. +38 (099) 668-04 09</p> <p> kutba@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafed</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba</p> <p> https://kutba.pnu.edu.ua</p>
Викладач	 <p><i>Ірина Іванівна Григорук</i> <i>викладач кафедри управління і бізнес-адміністрування</i></p>
Контактна інформація	<p> тел. +38 (067) 687-42-36</p> <p> iryna.hryhoruk@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/generaluyuk/</p>

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» > Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». > Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
---------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ➤ Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Лист МОН України “До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності”. <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами більш детально можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
<p>Пропуски занять (відпрацювання)</p>	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. стор. 4.).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) – стор. 4-5.</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Невідповідна поведінка під час заняття</p>	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти»</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Додаткові бали</p>	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу.</p> <p>Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп,</p>

	<p>підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) – стор. 3</p>
<p>Неформальна освіта</p>	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач



Григорук І.І.