

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

**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 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019

## 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

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	<b>Marketing Management</b>
<b>Викладач (-і)</b>	Григорук Ірина Іванівна, викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування
<b>Контактний телефон викладача</b>	0676874236
<b>E-mail</b>	iryna.hryhoruk@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Очний, заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	6 кредитів ECTS, 180 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua">http://www.d-learn.pu.if.ua</a>
<b>Консультації</b>	Очні консультації: згідно розкладу консультацій
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>Для професійного зростання та успішної кар'єри у сучасному публічному управлінні просто необхідно вільно володіти англійською мовою. Якщо людина відмінно підготовлена в лексиці, у мовних оборотах, стандартних для сфери спілкування, то вона відчуває себе впевнено, а також викликає повагу в колег, має доступ до важливої інформації та спроможна вести переговори на високому рівні.</p> <p>Стратегічно важливе вміння вільно спілкуватися з носіями мови (потенційними партнерами, іноземними колегами) на теми маркетингу задля налагодження ділової співпраці та партнерських стосунків.</p> <p>Вивчення основ маркетингового менеджменту англійською мовою не тільки покращить мовленнєву компетенцію студентів, але й значно поглибить знання з основоположної дисципліни спеціальності.</p>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<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"><li>✓ Отримати знання про ринки та їх класифікацію, вміти обговорювати це англійською мовою;</li><li>✓ Отримати знання про маркетинговий процес та поведінку покупця;</li><li>✓ Оцінити важливість маркетингових досліджень, сегментації ринку та маркетингового міксу у розробці маркетингової стратегії;</li><li>✓ Ознайомитись з різними методами стимулювання збуту, такі як реклама та заохочення, що застосовуються маркетологами для залучення клієнтів;</li><li>✓ Познайомтесь із поняттям підприємств та дізнайтесь про типи підприємств; вміти обговорювати це англійською мовою;</li><li>✓ 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).</li></ul>	
<b>4. Результати навчання (компетентності)</b>	
<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>ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми</p> <p>ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</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.5. Здатність використовувати систему електронного документообігу.</p> <p>ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності</p> <p>ФК.9. Здатність впроваджувати інноваційні технології в публічному управлінні та адмініструванні.</p>	

ФК.10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.  
 ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.  
 ПР3. Уміти усно і письмово спілкуватися іноземною мовою.  
 ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.

### 5. Організація навчання курсу

Обсяг навчальної дисципліни 180 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекційні	30
практичні	30 год
самостійна робота	120

#### Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
4, 5	281 Публічне управління та адміністрування	2,3	Нормативний

#### Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Marketing – An Overview	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Case study: Apple.	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Marketing Concepts	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn).	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 4. Case study: Starbucks	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Customer needs, wants and demands	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 6. Marketing Planning and Strategies	Лекція, практичне заняття	[1, 2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Product Related Decisions	Лекція, практичне заняття	[1, 3]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до	8	До наступного заняття за

			практичного заняття (d-learn)		розкладом
Підсумкове заняття	Підсумкова робота			50	
Тема 8. Marketing in the public sector	Лекція, практичне заняття	[1, 3, 5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Introduction to Branding	Лекція, практичне заняття	[1, 2, 5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	7	До наступного заняття за розкладом
Тема 10. Pricing Decisions	Лекція, практичне заняття	[1, 3, 6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Тема 11. Promotion Mix	Лекція, практичне заняття	[1, 2, 5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Тема 12: Market Segmentation, Targeting and Positioning	Лекція, практичне заняття	[1, 3, 5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Тема 13: Consumer Behaviour	Лекція, практичне заняття	[1, 3, 6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Тема 14: Services Marketing	Лекція, практичне заняття	[1, 2, 3, 5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Тема 15: Recent Trends in Marketing	Лекція, практичне заняття	[1, 3]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття (d-learn)	6	До наступного заняття за розкладом
Підсумкове заняття	Підсумкова робота			50	

#### **6. Система оцінювання курсу**

Загальна система оцінювання курсу	100 бальна – 50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен “відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами; “добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;
-----------------------------------	--

	<p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
Практичне заняття	Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни
Вимоги до письмової роботи	Відповідно до навчального плану, студент виконує контрольну роботу, яка є допуском до складання іспиту. Головна мета її – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними курсу.

### **7. Політика курсу**

Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість 50 балів за екзаменаційну роботу. Структура білета включає не менше 4 завдань. Правильна відповідь на кожне питання білету оцінюється максимум в 10 балів. Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, були недопущені або не з’явилися на екзамен, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов’язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а нб округляється.

### **8. Рекомендована література**

#### 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 Gordan 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



**Викладач**

**Григорук І.І.**