

**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 «29 серпня 2018 р.»

м. Івано-Франківськ – 2018

## 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>ЗК1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями</p> <p>ЗК6. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК7. Здатність планувати та управляти часом</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ФК.2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів</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>	
<b>5. Організація навчання курсу</b>	
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 адмініструван ня	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 практичного заняття (d-learn)	8	До наступного заняття за 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	7	До наступного заняття за

			практичного заняття (d-learn)		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	<p>100 бальна – 50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен</p> <p>“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;</p> <p>“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> <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.
<b>7. Політика курсу</b>	
<p>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.</p> <p>Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагиату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <a href="https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагиату/">https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагиату/</a>.</p> <p>Відвідання занять є важливою складовою навчання. Пропуски семінарських занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а нб округляється.</p>	
<b>8. Рекомендована література</b>	
Основна	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Philip Kotler, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Prentice-Hall, 1997</li> <li>2. Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, Prentice-Hall, 1994</li> <li>3. T.K.Kinnear, K.L.Bernhardt and K.A.Krentler, Principles of Marketing, Harper Collins, 1995</li> <li>4. Joseph P.Guiltinan and Gordan W.Paul, Marketing Management, McGraw-Hill, 1996</li> </ol>	
Допоміжна	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English. Edinburgh , 2000. – 176 p.</li> <li>2. Святюк Ю.В. English for International Business: Навчальний посібник для студентів економічних факультетів – К.: Освіта України. – 2009. – 216с.</li> <li>3. Агабекян И.П. Английский для менеджеров / Агабекян И.П. – Ростов на Дону. – 2008 – 414с.</li> <li>4. Business English: Бизнес-курс английского языка / Под ред. Е.И Кобзарь, Н.А. Лешневой. – Харьков: Парус, 2007. – 152с.</li> <li>5. Англійська мова для економістів і бізнесменів: Підручник / В.К. Шпак, О.О. Мустафа, Т.І. Бондар та ін.– К.: Вища школа, 2007. – 223с.</li> <li>6. Биконя О. Ділові усні та писемні переговори англійською мовою. – Центр навчальної літератури, 2006. – 396с.</li> <li>7. Кумарова М.Г. Новый бизнес-английский: курс деловой лексики английского языка. – М.: «Джон уфили энд Сайез», 1995</li> <li>8. Ashley A.A. Handbook of Commercial Correspondence. – Oxford University Press, 1998</li> <li>9. BarrowC., Barrow P. The Business Plan Workbook. – London: Kogan Page Limited, 1992</li> <li>10. Brieger N, Seweney S. English grammar and functions. – N.Y. , 2006</li> <li>11. Comfort J. Negotiations. Oxford University Press, 2005</li> <li>12. Hartman G. Making the deal: quick tips for successful negotiating – New York: John Wiley Inc. 2002</li> </ol>	



Викладач

Григорук І.І.