

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



**Інститут післядипломної освіти та довузівської
підготовки**

Кафедра управління та бізнес-адміністрування

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Спеціальність 073 Менеджмент

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

**Затверджено на засіданні кафедри управління
та бізнес-адміністрування
Протокол № 1 від «27» серпня 2021 р.**

м. Івано-Франківськ – 2021

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	Маркетинговий менеджмент
Освітня програма	Бізнес-адміністрування
Спеціалізація (за наявності)	Менеджмент
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	магістр
Статус дисципліни	нормативна
Курс / семестр	1/1
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування у студентів знань про сучасне бізнес-середовище, ефективне прийняття управлінських на основі участі у реальних практичних дослідженнях і використання прогресивних стратегій, методів і прийомів маркетинг-менеджменту.

Основні цілями навчальної дисципліни: підготовка професійних фахівців, здатних планувати та реалізовувати інноваційні концепції виробництва, ціноутворення, просування й розподілу ідей, продукції та послуг; проведення дослідження й аналіз ринків, розробляти товарні, збутові, комунікаційні та рекламні стратегії, а також створення брендів для задоволення потреб ринкових суб'єктів і досягнення цілей організації; формування компетентностей маркетингової діяльності за умов турбулентного господарського середовища та вимог сучасних організаційних ринків на базі аналітичних інформаційних технологій.

Компетентності
<p>ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій в бізнесі.</p> <p>ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.</p> <p>ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ФК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій бізнес-адміністрування, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.</p> <p>ФК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими підприємство визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.</p> <p>ФК4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів підприємства.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ФК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми підприємства, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.</p>
Програмні результати навчання
<p>ПРН2. Ідентифікувати проблеми на підприємстві та обґрунтовувати методи їх вирішення.</p> <p>ПРН4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.</p> <p>ПРН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.</p>

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Сутність маркетингового менеджменту	Знати процес формування маркетингу. Знати сутність поняття «маркетинг». Розпізнавати концепції маркетингу. Вивчити сутність та основні поняття маркетингового менеджменту.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи

2.	Тема 2. Управління маркетинговими дослідженнями та оцінка ринкових можливостей підприємства	Знати основні завдання та структура маркетингових досліджень. Визначати маркетингову інформацію, знаходити її джерела та методи збирання. Здійснювати комплексне дослідження ринків. Проводити аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків підприємства.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи
3.	Тема 3. Формування маркетингової стратегії підприємства	Знати сутність маркетингового планування. Визначати місію, бачення і цінності організації. Здійснювати сегментування ринку та позиціонування підприємства. Знати про формування маркетингової стратегії фірми.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи
4.	Тема 4. Товарна політика	Знати про цілі та суть товарної політики. Знати процес створення товарної марки. Розглянути життєвий цикл товару. Управляти товарним асортиментом. Здійснювати оцінку конкурентоспроможності.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи
5.	Тема 5. Цінова політика в маркетинговій діяльності	Знати, що таке ціна. Розглянути методи ціноутворення. Вміти добирати фактори ціноутворення. Переглядати етапи ціноутворення. Вміти застосовувати цінові стратегії на практиці.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи

6.	Тема 6. Управління комплексом маркетингових комунікацій	Знати сутність маркетингової політики комунікацій. Знати все про рекламу. Використовувати в діяльності стимулювання збуту. Знати про паблік рилейшинз. Знати про персональний продаж та інші засоби КМК. Вміти оцінювати ефективність рекламної кампанії.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, <ul style="list-style-type: none"> • Завдання для самостійної роботи
7.	Тема 7. Маркетингова політика розподілу	Знати сутність збутової політика маркетингу. Формувати канали розподілу продукції: довжина, ширина. Використовувати збутові стратегії. Знати сутність оптової та роздрібної торгівлі.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, <ul style="list-style-type: none"> • Завдання для самостійної роботи

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичне заняття	60
Самостійна робота	5
Індивідуальне завдання	5
Залік	30
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Робота на парах	Оцінка за самостійну роботу	Оцінка за індивідуальне завдання	Залік	Разом
60	5	5	30	100
<ul style="list-style-type: none"> • Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою. 				

- Середнє арифметичне усіх отриманих оцінок у 100-бальній шкалі множиться на ваговий коефіцієнт 0,6, відповідно – максимальний бал за усі отриманні заняття у підсумку може скласти 60 балів.
- Оцінювання за залік відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,3.
- Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на парах (максимально – 60 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 залік (максимальний бал – 30 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 самостійної роботи, 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 залік формується із суми відповідей студентів на 2 основні запитання, практичне завдання (по 10 балів за кожне запитання), або, за вимогою – на основі результатів тестування (максимальна оцінка за тести – 30 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)
<p style="text-align: center;">Література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Астахова О. Маркетинг: Навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с. 2. Вачевський М.В., Скотний М.В. Маркетинг у сферах послуг: Навчальний посібник. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 232 с. 3. Заячківська Г. А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг : монографія. Тернопіль : ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2011. 394 с. 4. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. 5. Мальченко В. М. Маркетинг послуг : навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2006. 360 с. 6. Мендела І.Я. Маркетинг в соціокультурній діяльності: ситуаційні вправи, тестові завдання: практикум. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2020. 60 с. 7. Мендела І.Я. Словник ключових термінів з дисципліни «Маркетинг». Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2020. 72 с. 8. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. 102 с. 9. Решетнікова І.Л. Маркетинг: кейси, ситуаційні вправи, тестові завдання : практикум. Київ : КНЕУ, 2013. 479 с. 10. Старостіна А.О. Маркетинг: підручник. Київ: Знання, 2009. 1071 с. 11. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. Київ: Вид-во Європ. Ун-ту, 2007. 12. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 192 с. 	

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,</p> <p> каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p> тел. +38 (097) 771-80-54 – ст. лаборант кафедри Галина Володимирівна Яцків</p> <p> https://kutba.pnu.edu.ua/</p> <p> kutba@pnu.edu.ua</p> <p>Сторінки в соцмережах:</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafedra</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba/</p>
Викладач	 <p>Мендела Ірина Ярославівна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи,</p>
Контактна інформація викладача	<p> +380665201636</p> <p> iruna.mendela@pnu.edu.ua</p> <p> Персональна сторінка викладача на сайті кафедри</p>

Політика курсу

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами 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.). 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. Ознайомитися із 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» - ознайомитися із 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. Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, 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)» - https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні документи/polozhenja/</p>

Викладач



І.Я.Мендела