

	<h2 style="color: blue;">СИЛАБУС</h2> <h3 style="color: blue;">НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»</h3> <p>Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) Спеціальність: <u>075 Маркетинг</u> Рік навчання: <u>3-й</u>, семестр <u>6-й</u> Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u> Назва кафедри: <u>Аграрного менеджменту та маркетингу</u> Мова викладання: <u>українська</u></p>
Лектор курсу	к.е.н., доцент Мазур Катерина Василівна
Контактна інформація лектора (e-mail)	mazurk@vsau.vin.ua , kv_mazur@ukr.net

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинговий менеджмент» є обов'язковою компонентою ОПП. Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції – 30 год.; практичні заняття – 28 год., самостійна робота – 92 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації.

Підсумковий контроль – екзамен.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити: «Менеджмент і адміністрування», «Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)», «Облік і оподаткування», «Економіка підприємства», «Основи маркетингу», «Маркетинг послуг».

Постреквізити: «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингове планування».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни. Освітня компонента «Маркетинговий менеджмент» спрямована на здійснення аналізу, планування, реалізації і контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення і підтримання взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації (в бізнесі насамперед — отримання запланованого рівня прибутку). Використання маркетингового менеджменту забезпечує не лише вплив на вибір стратегії компанії, але й отримання тривалих конкурентних переваг з урахуванням маркетингових можливостей, допомагає здійснити гнучке реагування на зміни в комплексі маркетингу, вжиття своєчасних заходів щодо коригування стратегій, прийняття ефективних управлінських рішень щодо стратегічного маркетингового планування.

Мета вивчення навчальної дисципліни. Метою вивчення дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо теоретичного пізнання та методичних основ, принципів, завдань та функцій управління процесами маркетингової діяльності підприємства.

Задачі вивчення дисципліни. Основними завданнями викладання дисципліни є: ознайомлення здобувачів вищої освіти з відповідними поняттями, категоріями та процесами маркетингового менеджменту; вивчення системи методів та інструментарію управління маркетинговою діяльністю компанії; опанування практичних навичок з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур, контролю і аналізу маркетингової діяльності; – набуття вмінь творчого пошуку напрямів удосконалення процесів управління маркетинговою діяльністю компанії; – вирішення конкретних маркетингових завдань та виконання відповідних функцій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен володіти інтегральною, загальними та фаховими компетентностями, зокрема:

інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові) компетентності:

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

програмні результати:

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

План вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Назва теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Сутність і методологічні основи маркетингового менеджменту.	4	4	8
2	Організація маркетингу.	2	2	10
3	Аналіз маркетингового середовища: бенчмаркінг.	2	2	10
4	Планування маркетингу.	4	4	9
5	Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм.	4	2	11
6	Управління товаром.	4	4	11
7	Управління ціноутворенням.	2	2	11
8	Управління розподілом товарів.	4	4	10
9	Контроль, оцінка та аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.	4	4	12
	Разом:	30	28	92

Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час поза аудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності.

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій з викладачем. Навчальний матеріал освітньої компоненти, передбачений робочою програмою навчальної дисципліни для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної

роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

Види самостійної роботи

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	24	щотижнево	Усне опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	18	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка доповідей, презентацій, есе	32	2 рази на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до проміжних та атестаційних контрольних робіт заходів	18	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ та MOODLE
Разом		92		

Список основної та додаткової літератури Основні

1. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах. Монографія. *Центр навчальної літератури*. К. 2019. 234 с.
2. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. *Знання*. К. 2018. 332 с.
3. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. К., 2016. *Знання*. 100с.
4. Котлер Ф., Келлер К. Л., Маркетинг менеджмент. *Експресс-курс, (6-вид.)*. К. 2019. 448 с.
5. Kotler P., Keller K. A. Framework for Marketing Management, *6-th Global*

Edition. Pearson, 2015. 360 с.

6. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник / За ред. Штефаніча Д.А. Тернопіль. *Економічна думка*. 2015. 241 с.

7. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник. Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів : *Видавництво Львівської політехніки*. 2014. 380 с.

8. Яцишина Л.К. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Київ : *МВЦ «Медінформ»*. 2018. 323 с.

Додаткові:

1. Белявцева М.І. Маркетинговий менеджмент. Київ. *Центр навчальної літератури*. 2006. 407с.

2. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент. Київ. *Хімджест*, 2008. 720с.

3. Куценко В.М. Маркетинговий менеджмент. Київ: *МАУП*, 2003. 184 с.

4. Логоша Р.В., Семчук І.А. Ідентифікація моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка АПК*. 2020. № 12 (314). С. 45-54.

5. Логоша Р. В. Формування постіндустріального ринку овочевої продукції в Україні: монографія. Вінниця: *ПрАТ «Вінницька обласна друкарня»*. 2017. 515 с.

6. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник. Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів : *Видавництво Львівської політехніки*, 2014. 380 с.

7. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. / За ред. Л.В. Балабанової. – 3-тє вид., перероб. і доп. Київ. *Знання*. 2004. 354с.

8. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник для студентів вузів. Київ. *Центр навчальної літератури*. 2013. 200с.

9. Семак Б. Б. Маркетинговий менеджмент. Дистанційний курс. URL: <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=840>

10. Щербань В.М. Маркетинговий менеджмент. Київ. *Центр навчальної літератури*. 2016. 224с.

Інтернет-ресурси:

1. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>
5. Агроконсалтинг. URL : <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/> о-компанії

Інформаційні ресурси:

1. Тестові завдання з Маркетингового планування (внутрішній сайт ВНАУ). http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test_adm.php
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ). <http://socrates.vsau.org/index.php/ua/pochatok-roboty-2/>
3. http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/5_05_uk/31.pdf
4. <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/3708/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>
5. https://pidru4niki.com/86720/finansi/marketingove_planuvannya_pidpriyemstvi

Контроль і оцінка результатів навчання

Розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль - загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи - 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування ситуаційних вправ та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) - 10 балів; за показниками наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності - 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) - 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше

половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом додаткового завдання з метою добору балів для допущення до підсумкового контролю.

Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1	
Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
Участь у роботі на практичних заняттях	5
Виконання домашніх завдань	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Рубіжний контроль	10
Всього за атестацію 1	30
Атестація 2	
Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
Участь у роботі на практичних заняттях	5
Виконання домашніх завдань	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проєкти)	10
Всього за атестацію 2	30
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
Підсумкове тестування	30
Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
--	-------------	-------------------------------

90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	задовільно
60-65	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.