



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Романюк Надія Василівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/romanyuk-nadiya-vasylivna
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	n.romanyuk@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=7725#
Консультації	вівторок та четвер з 10.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетингова документація» вибіркова дисципліна, що спрямована на формування у студентів компетентностей та результатів щодо теоретичних аспектів маркетингової документації, тенденцій в розвитку маркетингу, набуття практичних навичок пов'язаних з функціонуванням маркетингових документів, застосуванням інструментів маркетингу.

Мета навчальної дисципліни «Маркетингова документація»: сформувати у студентів цілісну систему знань про маркетингові документи, ознайомлення майбутніх фахівців з основними видами документів, які використовуються в маркетинговій діяльності, та навчання їх правильного оформлення і застосування в практичній роботі.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Вступ до маркетингової документації
Тема 2. Розробка маркетингового плану
Тема 3. Документація для проведення маркетингових досліджень (покупців на ринку B2C і B2B)
Тема 4. Маркетингова документація в товарній політиці
Тема 5. Маркетингова документація в ціновій політиці
Тема 6. Маркетингова документація в збутовій політиці
Тема 7. Маркетингова документація в комунікаційній політиці

Тема 8. Сучасні тренди в маркетинговій документації
Тема 9. Практичні аспекти складання маркетингових документів
Тема 10. Кейс-стаді та практичні приклади маркетингових документів.

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .

МН3 – ділові гри;

МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти);

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, інфографіка тощо).

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.

МН 8 – підготовка тез/доповіді на конференцію.

МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

МО3 – аналітичні звіти, реферати.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань.

МО7 – командні результати проектних завдань.

МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі стратегій розвитку інноваційних компаній / регіонів, маркетингу інновацій.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти, крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

Підсумковий контроль – залік у тестовій формі

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chnivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у

Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwb/polozhennia-chnu-pro-plahi_at-2023_plusdodatky-31102023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з маркетингової документації..
2. Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України. URL : <http://www.zet.in.ua>
3. Згонник Світлана. Документація пост-маркетингу: PMS, PMCF, PSUR, SSCP. Що з нею робити?. 2023. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/pms-pmcf-psur-sscp/257494052>
4. Конструктор документів ІнстаДок . URL : <https://instaco.com.ua/history>
5. Портал Дія . Бізнес. URL: <https://business.diiia.gov>.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL : <http://www.me.gov.ua/>.
8. Офіційний сайт Європейського патентного відомства. URL: www.epo.org
9. Офіційний сайт Міжнародної асоціації товарних знаків. www.inta.org
10. Український бізнес портал. URL : <http://www.ubp.com.ua>
11. Шаблони документів Marketing Office. URL: <https://www.shop.marketingoffice.in.ua>
12. Шульга Вікторія. Головні аспекти договорів у сфері маркетингу, реклами, медіа. ТОВ «Юридична газета».2020. №7 (713) URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/civilne-pravo/golovni-aspekti-dogovoriv-u-sferi-marketingu-reklami-media.html>

Детальна інформація щодо вивчення курсу

«МАРКЕТИНГОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ»

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

https://drive.google.com/drive/folders/1xeX03wQceVk1_BVcUqS9e-bRm9wonSt