



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (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	Гордіца Тетяна Маноліївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/gorditsa-tetyana-manoliyivna
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	t.gorditsa@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=5913
Консультації	вівторок з 11.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Управління маркетингом на підприємстві» обов'язкова дисципліна, що спрямована на формування у студентів знань, умінь та фахових компетентностей у сфері управління маркетингом на підприємстві шляхом розвитку в студентів креативних здібностей, використання досягнень вітчизняної і зарубіжної науки, найкращого практичного досвіду, а також участі в реальних практичних дослідженнях і застосовуванні прогресивних стратегій, методів та прийомів з управління маркетингу на підприємстві.

Мета навчальної дисципліни «Управління маркетингом на підприємстві»: сформувати у студентів цілісну систему знань про управління маркетингом на підприємстві, механізму його функціонування, організації та процесу створення маркетингових організаційних структур на підприємстві; вмінь щодо проведення діагностики в системі управління маркетингом на підприємстві; застосування маркетингових стратегій та маркетингового стратегічного, тактичного та оперативного планування на підприємстві; розробки маркетингових програм на підприємстві; розвинути вміння ефективно застосовувати маркетинг персоналу, як вид управлінської діяльності підприємства; вивчити методичні основи проведення контролю та аналізу ефективності управління маркетингом на підприємстві.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Сутність та значення управління маркетингом на підприємстві.
Тема 2. Механізм управління маркетингом на підприємстві.
Тема 3. Діагностика в системі управління маркетингом на підприємстві.
Тема 4. Організація управління маркетингом на підприємстві.
Тема 5. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві.
Тема 6. Маркетингові стратегії та маркетингове стратегічне планування на підприємстві.
Тема 7. Маркетингове тактичне та оперативне планування на підприємстві.
Тема 8. Маркетингові програми на підприємстві.
Тема 9. Маркетинг персоналу, як вид управлінської діяльності підприємства .
Тема 10. Контроль та аналіз ефективності управління маркетингом на підприємстві.

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо);
- МН2 – Кейс-метод (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 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;
- МН 11 – проведення події, заходу, тренінгу, майстер-класу;
- МН 12 – інтерактивні технології (мозковий штурм, займи позицію, розігрування ситуацій у ролях, ток-шоу тощо);
- МН13 – вивчення вітчизняних практик, в т.ч. проведення екскурсій на підприємства, установи, організації;
- МН 14 – інтеграція міжнародних практик, в т.ч. проведення екскурсій на підприємства, установи, організації, що займаються зовнішньо економічною діяльністю та\або до представництв міжнародних компаній;
- МН 15 – відео лекції, навчальні відео, зйомка відео;
- МН16 – діагностичні тести;
- МН17 – неформальна освіта;
- МН 18 – підготовка контенту для соціальних сторінок;
- МН 20 – інші види індивідуальних та групових завдань.

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;
- МО6 – командні результати ділових ігор;
- МО7 – командні результати проектних завдань;
- МО8 – презентація власного підготовленого кейсу;
- МО11 – публікація тез, доповідей, статей;
- МО12 – результати самодіагностики;
- МО13 – зарахування результатів неформальної освіти.

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 – МО 9 – підсумковий контроль – іспит 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-chernivets koho-natsionalnoho-universytetu.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-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](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 управління маркетингом на підприємстві.
2. Онлайн курс: «Цифрові медіа та маркетингові стратегії». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMS101+2023_T3
3. Онлайн курс: «Менеджер з маркетингу» від Comfy. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/scholarship-usaid/>.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Офіційний сайт АТ «Укрзалізниця». URL: <http://uz.gov.ua>.
6. Офіційний сайт АТ «Укрпошта». URL: <https://www.ukrposhta.ua>.
7. Офіційний сайт Всеукраїнської громадської організації «Український союз промисловців і підприємців». URL: <https://uspp.ua>.
8. Офіційний сайт Співки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України. URL: <http://www.spmsppu.kiev.ua>.
9. Офіційний сайт Торгово-промислової палати України. URL: <https://ucco.org.ua>.
10. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*

https://drive.google.com/drive/folders/1xeX03wQceVk1_BVcUqS9e-_bRm9wonSt