

**Силабус навчальної дисципліни  
«Внутрішній маркетинг»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 3

Семестр: 5

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	<b>Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом</b>
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ: Гарматюк Олена Валентинівна</b> <b>Посада:</b> ст. викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом. <b>E-mail:</b> harmatiuk.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента із фахового переліку
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (8год.), практичні (8год.), самостійна робота (104год.)
<b>Політика дисципліни</b>	Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі. <b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Сутність внутрішньо маркетингу, внутрішньо маркетингової ціни, внутрішньо маркетингового місця та внутрішньо маркетингового просування. Еволюцію трактування внутрішньо маркетингового продукту, природу його ціни. Поняття внутрішньо маркетингових комунікацій від суміжних до них – корпоративних комунікацій та внутрішнього PR.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування у майбутніх фахівців системи знань щодо внутрішнього маркетингу до управління персоналом, на основі якого можна досягти збільшення реальної віддачі і результативності виробництва без залучення додаткових ресурсів.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

	<p>Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p>
<b>Зміст дисципліни</b>	<p>Розвиток концепції внутрішнього маркетингу підприємства</p> <p>Механізм реалізації концепцій внутрішнього маркетингу</p> <p>Структура внутрішнього маркетингу</p> <p>Організація внутрішнього маркетингу</p> <p>Система управління внутрішнім маркетингом</p>
<b>Обов'язкові завдання</b>	Освоєння сучасних маркетингових технологій та інструментів, виробити навички практичного застосування їх для вирішення актуальних завдань управління внутрішнім маркетингом.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Основи наукових досліджень, паблік рілейшнз
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<p>1. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – Львів : "Новий світ-2000", 2018. – 493 с.</p> <p>2. Бутенко Н.В. Маркетинг [Текст] : підручник: затв. МОН України. – Київ : Атіка, 2008. – 299.</p> <p>3. Мальченко В. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – Київ : КНЕУ, 2006. – 358 с.</p> <p>4. Маркетинг [Текст] : підручник / [А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський [та ін.] ; за ред. А. О. Старостіної. – Київ : Знання, 2009. – 1070</p> <p>5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст] : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2008. – 614 с.</p> <p>6. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посібник : рек. МОНмолодьспорту України для студ. ВНЗ / [за ред. Буднікевич І. М.]. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 535с.</p> <p>7. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології [Текст] : підручник : [затв. МОН України]. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324.</p> <p>8. Савельєв Є. В., Чеботар С. І., Шевчик М. Г., Мартинюк В. О., Матвій М. Я. Новітній маркетинг [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України / за ред. Є. В. Савельєва. – Київ : Знання, 2008. – 420 с.</p> <p>9. Шканова О. М. Маркетинг послуг [Текст] : навч. посіб. : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ. – Київ : Кондор, 2008. – 302 с.</p>
<b>Поточний контроль</b>	<p>Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ.</p> <p>Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i></p>
<b>Підсумковий контроль</b>	<p>Екзамен.</p> <p>Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.</p>

Розробник



Гарматюк Олена Валентинівна