

**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинговий менеджмент»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
 Спеціальність: 073 Менеджмент
 Освітня програма: Менеджмент
 Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
 Курс: 4
 Семестр: 7

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Білошкурська Наталія Володимирівна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: biloshkurska.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=159
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), семінарські (30 год.), самостійна робота (60 год.) Заочна форма: лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. 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. Відвідування занять. 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. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. 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.
Що будемо вивчати?	Сутність маркетингового менеджменту та його методологічні засади; структуру і процес маркетингових досліджень, методи аналізу та оцінювання ринкових можливостей фірми; принципи, методи та завдання маркетингового планування, формування маркетингової стратегії підприємства; сутність і методи управління комплексом маркетингу (маркетингом-мікс), прийоми управління розробкою окремих його складових; сутність та основні принципи організації маркетингу на підприємстві, контролю його маркетингової діяльності; підходи до управління торговим персоналом на сучасній фірмі, прийоми ефективної його мотивації.
Чому це треба вивчати?	Вивчення системи методів та алгоритмів управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття вмінь творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів та методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також розв'язання конкретних маркетингових завдань.
Яких результатів можна досягнути?	Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

	<p>Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.</p> <p>Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.</p> <p>Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту,</p> <p>Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.</p> <p>Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.</p>
Зміст дисципліни	<p>Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту</p> <p>Маркетинг у системі управління підприємством</p> <p>Організація маркетингового менеджменту</p> <p>Створення маркетингових підрозділів підприємства</p> <p>Маркетингове планування</p> <p>Маркетингові стратегії</p> <p>Маркетингове стратегічне планування</p> <p>Маркетингове тактичне планування</p> <p>Маркетингові програми</p> <p>Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства</p>
Обов'язкові завдання	<p>Підготовка здобувачами доповідей за заданою проблематикою дисципліни; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; опрацювання контрольних запитань, питань для самостійного вивчення дисципліни при підготовці до поточного контролю знань.</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Маркетинг, менеджмент, методи прийняття управлінських рішень, стратегічний менеджмент.</p>
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Агеев Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) : навч. посібник. Львів : «Новий світ-2000», 2018. 493. 2. Белявцева М. І., Воробйова В. Н. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2016. 407 с. 3. Бондаренко В. М., Поліщук І. І., Шарко В. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. 3. Зюкова І. О. Технології маркетингових досліджень : навчальний посібник. Львів : «Магнолія 2006», 2018. 385 с. 4. Косач І. А., Ладонько Л. С., Калінько І. В. Ділове адміністрування: менеджмент організацій та управління змінами : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 216 с. 5. Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Лорві І. Ф. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с. 6. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / за ред. Д. А. Штефаніча. Тернопіль : Економічна думка, 2015. 241 с. 7. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2017. 215 с. 9. Старченко Г. В., Старченко Г. В., Калінько І. В., Косач І. А. Операційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2018. 231 с. 10. Свидрук І. І., Миронов Ю. Б., Кундицький О. О. Теорія організації : підручник. Львів : Новий Світ-2000, 2018. 178 с.
Поточний контроль	<p>Виконання завдань 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>
Підсумковий контроль	<p>Екзамен.</p> <p>Порядок та організація контроль 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



(Наталія БІЛОШКУРСЬКА)