

**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Маркетингове планування і бюджетування»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування  
 Спеціальність: 075 Маркетинг  
 Освітня програма: Маркетинг  
 Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)  
 Курс: 4  
 Семестр: 8

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Білошкурська Наталія Володимирівна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> biloshkurska.n@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158">https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4 / 120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<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.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Суть та основні моделі маркетингового планування; фактори зовнішнього середовища, які впливають на формування маркетингових планів; внутрішні фактори маркетингового планування; оціночні критерії та правила прийняття рішень у процесі планування; структуру маркетингового плану; контрольні показники, які використовуються у маркетинговому плануванні.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Набуття знань та практичних навичок відносно складання планів маркетингу, управління процесом їх реалізації, формування і підтримки попиту споживачів на товари та послуги, виявленні цільових сегментів, визначення контрольних показників виконання плану.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	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. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

<b>Зміст дисципліни</b>	Основи маркетингового планування. Організація маркетингового планування. Тактичне та оперативне планування маркетингу. Теоретична сутність процесу планування стратегії. Процес стратегічного планування. Особливості планування товарної політики фірми. Цінова політика компанії та її планування. Розгляд стратегії просування, бюджетування кампаній та інструментів.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Сформувати навички функціональної структури та інформаційного забезпечення системи маркетингового планування і бюджетування.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Маркетинг. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингове ціноутворення.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства : практикум : навч. посібник : рек. МОН України як навч. посібник для студ. ВНЗ. Київ : Кондор, 2004. 263 с.</li> <li>2. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навч. посібник : рек. МОН України. – Вид. 4-ге, стереотипне. Львів : Новий Світ-2000, 2016. 264 с.</li> <li>3. Маркетинг: ситуаційні вправи : рек. МОН України як навч. посіб. для студ. ВНЗ / Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, Центр інновацій та розвитку, Програма поширення ситуаційного методу навчання ; [упоряд.: О. І. Сидоренко, П. С. Редько]. Київ : Навч.-метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2004. 503 с.</li> <li>4. Кислюк Л. В. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. – 2-ге вид. Київ : Кондор, 2023. 171 с</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла

Розробник

(Наталія БІЛОШКУРСЬКА)