

## Силабус навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 7

<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> Богашко Олександр Леонідович <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> bohashko.o@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/enrol/index.php?id=7238">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/enrol/index.php?id=7238</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 (30 год.), практичні (30 год.), самостійна робота (60 год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (8 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (104 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 або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Процеси, методи та інструментарій управління маркетинговою діяльністю підприємства.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Для формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Маркетинговий менеджмент як навчальний курс необхідний для забезпечення якості спеціальної теоретичної підготовки економістів та управлінців і ефективності організаційної діяльності фахівців і керівників, які працюють на підприємствах і в установах різних форм власності та сферах національної економіки. Практичне застосування теоретичних положень – законів, закономірностей та сформульованих на цій основі принципів, методичних рекомендацій, методів і правил в організаційній діяльності – дає змогу підвищити ступінь обґрунтованості рішень, що ухвалюються, повніше використовувати наявні та залучені ресурси.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність розробляти маркетингові програми та готувати проекти угод з надання послуг (юридичних, банківських, дослідних, транспортних та інших) підприємству інститутами ринку. Здатність до здійснення усної та письмової ділової комунікації державною та іноземною мовами.

	Здатність і готовність здійснювати перевірку, зіставлення фактичних і запланованих результатів роботи підприємства з метою забезпечення ефективної підприємницької діяльності.
<b>Зміст дисципліни</b>	Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту. Маркетинг у системі управління підприємством. Організація маркетингового менеджменту. Створення маркетингових підрозділів підприємства. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії. Маркетингове стратегічне планування. Маркетингове тактичне планування. Маркетингові програми. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до заліку (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» базується на знаннях з таких дисциплін, як «Менеджмент», «Маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Маркетингове ціноутворення».
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	1. Агеєв Є. Я. Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) : навч. посібник : рек. МОН України. Львів : «Новий світ-2000», 2018. 493 с. 2. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту : навч. посібник : рек. МОН України для студ. ВНЗ. 2-ге вид., стереотипне. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 200 с. 3. Зюкова І. О. Технології маркетингових досліджень : навчальний посібник. Львів : «Магнолія 2006», 2018. 385 с. 4. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навчальний посібник – Київ : Кондор, 2014. 244 с. 5. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 324 с. 6. Самокиш О. В. Креативний менеджмент. К. : Кондор, 2016. 202 с.
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. 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>
<b>Підсумковий контроль</b>	Екзамен. 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.

Розробник



Богашко Олександр Леонідович