

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



## МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	магістр	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

### ВИКЛАДАЧ



Вища освіта – спеціальність «Маркетинг»

Науковий ступень – кандидат економічних наук 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»

Вчене звання - доцент

Досвід роботи – більше 10 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка методичних розробок;
- авторка тематичних публікацій;
- учасниця науково-практичних і методичних конференцій.

телефон

+380507839416

електронна пошта

[mvmykhailova@btu.kharkiv.ua](mailto:mvmykhailova@btu.kharkiv.ua)

дистанційна підтримка

Telegram-канал,  
Moodle

До викладання дисципліни долучені:

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	Засвоєння здобувачами вищої освіти термінологічного апарату у сфері маркетингового менеджменту, формування у практичних навичок щодо вивчення принципів, завдань та функцій управління процесами маркетингової діяльності підприємства
Формат	Лекції, практичні заняття, самостійна робота, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none"><li>• Здатність організувати роботу маркетингової служби підприємства / ПЗ 1-ПЗ 3</li><li>• здійснювати маркетингове планування на підприємстві / ПЗ 5, ПЗ 6</li><li>• проводити аудит маркетингової діяльності та аналізувати результати маркетингової діяльності / ПЗ 4-ПЗ 6, ПЗ 8</li><li>• Здатність створювати необхідні умови для успішної реалізації маркетингового менеджменту / ПЗ 1- ПЗ 8 розробляти заходи щодо вдосконалення систем і методів маркетингового менеджменту підприємства / ПЗ 1- ПЗ 8</li></ul>
Обсяг і форми контролю	4 кредити ECTS (120 годин): 16 годин лекції, 16 годин практичні (4/4 заочна форма); модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль –залік.
Вимоги викладача	Вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь у дискусіях
Умови зарахування	Вільне зарахування

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

### МОДУЛЬ 1. МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА РИНКОВО-СОЦІАЛЬНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ В СИСТЕМІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Лекція 1	Предмет та метод маркетингового менеджменту	Практичне заняття, ПЗ 1	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Сутність, принципи та основні завдання маркетингового менеджменту на підприємстві Його роль у системі ефективного управління підприємством
Лекція 2	Організація маркетингового менеджменту	ПЗ 2	Експрес-обговорення проблемних питань Експрес-тестування Практичне завдання		Вивчення макро- і мікросередовища на підприємстві Моделі прийняття управлінських рішень
Лекція 3	Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	ПЗ 3	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії Тренінг практичних навичок «Створення організаційної структури»		Вивчення управлінських організаційних структур, в тому числі й маркетингових

**МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В БІЗНЕС-СИСТЕМІ**

<b>Лекція 4</b>	<b>Система маркетингового планування</b>	<b>ПЗ 4</b>	<b>Експрес-тестування Тренінг практичних навичок «Маркетингове планування»</b>	<b>Самостійна робота</b>	<b>Аналіз ринкових можливостей і вибір цільових ринків</b>
<b>Лекція 5</b>	<b>Маркетингове стратегічне планування</b>	<b>ПЗ 5</b>	<b>Експрес-обговорення проблемних питань Тренінг практичних навичок «Формування маркетингової стратегії»</b>		<b>Маркетингова стратегія і маркетингова програма. Вибір стратегії</b>
<b>Лекція 6</b>	<b>Маркетингове тактичне і оперативне планування</b>	<b>ПЗ 6</b>	<b>Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії Тренінг практичних навичок «Розробка тактичного та оперативного плану»</b>		<b>Визначення маркетингове тактичне та оперативне планування. Способи та методи розробки. Моніторинг маркетингової діяльності</b>
<b>Лекція 7</b>	<b>Розробка маркетингових програм</b>	<b>ПЗ 7</b>	<b>Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії Тренінг практичних навичок «Маркетингова програма»</b>		<b>Маркетингові програми і їх реалізація. Різновиди моделей комплексу маркетингу</b>
<b>Лекція 8</b>	<b>Контроль та аналіз маркетингової діяльності</b>	<b>ПЗ 8</b>	<b>Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії Тренінг практичних навичок «Контроль маркетингової діяльності»</b>		<b>Аудит та контроль маркетингової діяльності. Основні показники ефективності маркетингової діяльності</b>

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	Методичне забезпечення
<ol style="list-style-type: none"> <li>Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Маркетинговий менеджмент: навчально-методичний посібник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2024, 72 с.</li> <li>Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 204 с.</li> <li>Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2020, 89 с.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Маркетинговий менеджмент: методичні матеріали для самостійної роботи здобувачів вищої освіти. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2024, 72 с.</li> <li>Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Маркетинговий менеджмент: методичні матеріали для проведення практичних та семінарських занять: Харків: ДБТУ, 2024, 20 с.</li> <li>Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Маркетинговий менеджмент: конспект лекцій: Харків: ДБТУ, 2024, 40 с.</li> </ol>

## СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (<https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf>)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	індивідуальний проєкт
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 30	відповіді на семінарських заняттях
		до 30	виконання практичної роботи
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проєкт	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проєкту

## НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.