



СИЛАБУС

**вибіркової навчальної дисципліни
(загально факультетського) каталогу
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**
Обсяг (6кредитів/180годин)

другого освітнього рівня вищої освіти

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



Лівошко Тетяна Володимирівна, доцент, к.е.н.

Контактна інформація:

- +061-769-83-93;
- e-mail: livoshko@i.ua;
- навчальний корпус 1. Ауд.358

Час і місце проведення консультацій:

Згідно графіку, навчальний корпус 1, аудиторія 368

ОПИС КУРСУ

Кількість годин 180, з них 26 годин лекцій, 26 годин практичних занять, 128 годин самостійної роботи, обсяг 3 кредити/90годин.

Дисципліна “Управління маркетинговою діяльністю” має суттєве значення у процесі розуміння студентами комплексного бачення процесу управління підприємством в цілому як економічною системою. Дисципліна вивчає і розкриває соціально-економічний і адміністративно-господарський механізм управління процесом дослідження та моніторингу ринку, маркетингового планування, організації відповідних підрозділів та структурних одиниць, цілеспрямованої мотивації персоналу на ринковий успіх підприємства, контролю за результатами маркетингової діяльності, спрямованої на встановлення і підтримання взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації (в бізнесі в тому числі - отримання запланованого рівня прибутку).



Оволодіння знаннями з дисципліни “Управління маркетинговою діяльністю” дозволить майбутнім фахівцям приймати більш виважені управлінські рішення щодо управління підприємством, прогнозування та планування його діяльності з метою отримання конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Засвоєння теоретичних знань курсу та оволодіння практичними навичками є складовою відповідності студентів зазначеної спеціальності освітньо-кваліфікаційним вимогам.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета вивчення навчальної дисципліни «Управління маркетинговою діяльністю» - підготовка фахівців у сфері управління організаціями та їх підрозділами. Курс дає можливість зробити підготовку фахівців, здатних ідентифікувати та розв’язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

У процесі вивчення дисципліни студент отримає інтегральна компетентність що визначається як здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати загальні компетентності:

Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

Здатність генерувати нові ідеї (креативність);

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Крім цього отримає спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;

Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізувати відповідні стратегії та плани;



Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення дисципліни “Управління маркетинговою діяльністю” ґрунтується на знаннях маркетингу, менеджменту, економічного аналізу, стратегічного маркетингу, інноваційного менеджменту.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
1	2	3
Змістовий модуль 1. Сутність основних понять організації управління маркетинговою діяльністю		
1	Тема 1. Сутність, значення і завдання системи управління маркетинговою діяльністю	Пр. № 1. «Сутність, значення і завдання системою управління маркетинговою діяльністю», (2 год.)
2	Тема 2. Сутність концепції життєвого циклу товару, характеристика його етапів	
3	Тема 3. Маркетингова цінова політика	Пр. № 2. «Механізм та організація управління відділом маркетингового менеджменту суб'єкта господарювання», (4 год.)
4	Тема 4. Політика розповсюдження в системі управління маркетинговою діяльністю.	Пр. № 3. Політика розповсюдження в системі управління маркетинговою діяльністю
5	Тема 5. Формування необхідної інформаційної системи забезпечення управління маркетинговою діяльністю	Пр. № 4. Формування необхідної інформаційної системи забезпечення управління маркетинговою діяльністю
6	Тема 6. Реклама в системі управління маркетинговою діяльністю	
Змістовий модуль 2. Складові управління маркетинговою діяльністю		
7	Тема 7. Механізм та організація управління відділом маркетингового менеджменту суб'єкта господарювання	Пр. № 5. Механізм та організація управління відділом маркетингового менеджменту суб'єкта господарювання
8	Тема 8. Створення маркетингових підрозділів на промисловому підприємстві	Пр. № 6. Створення маркетингових підрозділів на промисловому підприємстві
9	Тема 9. Управління маркетинговим	Пр. № 7 «Управління



	плануванням	маркетинговим плануванням», (год.2)
10	Тема 10. Управління маркетинговими стратегіями	Пр.№8 «Управління маркетинговими стратегіями», (год.3)
11	Тема 11. Управління маркетинговими програмами	Пр.№9 «Управління маркетинговими програмами», (год.2)
12	Тема 12. Інструменти організації управління маркетинговою діяльністю	Пр.№10 Інструменти організації управління маркетинговою діяльністю
13	Тема 13. Контроль та аналіз ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	Пр.№11 «Контроль та аналіз ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства», (год.2)

Таблиця 2 – Загальний тематичний план роботи над курсовим проектом/роботою (за наявності) не виконується

САМОСТІЙНА РОБОТА

Перелік завдань, кінцеві терміни (тижні навчання) підготовки.

№ тижня	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Сутність, значення і завдання системи управління маркетинговою діяльністю	10
2.	Тема 2. Сутність концепції життєвого циклу товару, характеристика його етапів	11
3.	Тема 3. Маркетингова цінова політика	11
4.	Тема 4. Політика розповсюдження в системі управління маркетинговою діяльністю	11
5.	Тема 5. Формування необхідної інформаційної системи забезпечення управління маркетинговою діяльністю	11
6.	Тема 6. Реклама в системі управління маркетинговою діяльністю	10
7.	Тема 7. Механізм та організація управління відділом маркетингового менеджменту суб'єкта господарювання	9
8.	Тема 8. Створення маркетингових підрозділів на промисловому підприємстві	9
9.	Тема 9. Управління маркетинговим плануванням	9
10.	Тема 10. Управління маркетинговими стратегіями	9
11.	Тема 11. Управління маркетинговими програмами	9
12.	Тема 12. Інструменти організації управління	10



	маркетинговою діяльністю	
13.	Тема 13.Контроль та аналіз ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства	9
	Разом	128

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні розробки:

1. Методичні вказівки для виконання контрольної роботи з дисципліни «Управління маркетинговою діяльністю» [Електронний ресурс] /Укладач Т.В. Лівощко. Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=1112>.
- 2.Методичні вказівки для проведення практичних занять з дисципліни «Управління маркетинговою діяльністю» [Електронний ресурс] /Укладач Т.В. Лівощко. Система дистанційного навчання і контролю Moodle– <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=1112>.
3. Маркетинговий менеджмент: стислий конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, Шубна О.В. Краматорськ, ДДМА, 2020. 60 с. [Електронний ресурс] <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/52622>

Літературні джерела:

- 1.Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf
2. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія [Текст] / І. О. Ковшова. – Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018. – 516 с.
3. Біловодська О. А. Інноваційний потенціал як невід’ємна частина успішного розвитку підприємства / О. А. Біловодська, Т. В. Кириченко // Економічні студії. – 2017. – № 4 (17). – С. 60-63.
4. Гудзь О. Є. Теоретико-методологічні та практичні аспекти управління інноваційним розвитком телекомунікаційних підприємств: монографія / О. Є. Гудзь, С. Байрамов. – Львів: Ліга-прес, 2018. – 156 с.
5. Штефаніч Д.А. Маркетинговий менеджмент / За ред. Штефаніча Д. А. – Тернопіль: Економічна думка, 2015. – 241 с.
6. Белявцева М. І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: [навч. посіб.] К. - ЦУЛ, 2016. 407с.
7. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій [Електронний



ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 2,9 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 37 с.

8. Кібик О.М. Теорія бізнесу: навч. посібник / О.М. Кібик, К.В. Белоус., В.О. Котлубай.- 2-ге вид., випр. і доп. – Одеса : КУПРІЄНКО СВ, 2017. – 225 с.: рис., табл. ISBN 978-617-7414-12-3

ОЦІНЮВАННЯ

Згідно з п. 4.2.2 Положення про систему забезпечення Національним університетом «Запорізька політехніка» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (системи внутрішнього забезпечення якості) зі змінами (згідно з рішенням вченої ради університету протокол № 1/21 від 27.08.2021 р.) оцінка якості набутих здобувачем вищої освіти знань та компетентностей здійснюється за результатами контрольних заходів, які включають вхідний, поточний, рубіжний (модульний), підсумковий контроль, а також ректорські контрольні роботи.

У процесі навчання:

- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;

- самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не викладені під час занять або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання практичних завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу;

- індивідуальну роботу студент виконує самостійно, відповідно до методичних вказівок та визначених викладачем завдань і термінів;

- ліквідація заборгованості відбувається під час проведення консультацій з дисципліни за графіком визначеним викладачем;

- здобувачі вищої освіти мають право отримати оцінку за екзамен автоматично – у випадку, якщо впродовж семестру набрали від 60-100 балів;

- здобувачі вищої освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свою оцінку лише під час складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії.

Політика щодо академічної доброчесності:

- списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. із використанням мобільних девайсів). За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує 0 балів і зобов'язаний повторно складати контрольну роботу чи іспит;



- під час роботи над завданнями, у випадку користування інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації, студент зобов'язаний зазначити відповідне джерело;

- усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%;

- у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання.

Політика щодо відвідування:

- відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять) є обов'язковим компонентом навчання;

- з об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік, карантин) навчання може відбуватись у дистанційному режимі. За погодженням із керівником курсу студент може презентувати виконані завдання під час консультацій;

- студент зобов'язаний дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Політика щодо якості набутих знань та компетентностей:

згідно з п. 4.2.2 Положення про систему забезпечення Національним університетом «Запорізька політехніка» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (системи внутрішнього забезпечення якості) зі змінами (згідно з рішенням вченої ради університету протокол № 1/21 від 27.08.2021 р.) оцінка якості набутих здобувачем вищої освіти знань та компетентностей здійснюється за результатами контрольних заходів, які включають вхідний, поточний, рубіжний (модульний), підсумковий контроль, а також ректорські контрольні роботи.

Вхідний контроль проводиться на початку вивчення нового курсу з метою визначення рівня підготовки студентів з дисциплін, які забезпечують цей курс. Контроль проводиться на першому занятті за завданнями, які відповідають програмі попередньої(-іх) дисципліни. Результати контролю аналізуються на кафедральних (міжкафедральних) нарадах спільно з викладачами, які проводять заняття із забезпечувальної дисципліни. За результатами вхідного контролю розробляються заходи з надання індивідуальної допомоги студентам, коригування освітнього процесу.

Поточний контроль проводиться викладачами під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи. Основна мета поточного контролю – забезпечення зворотнього зв'язку між викладачами та студентами у процесі навчання, забезпечення управління навчальною мотивацією студентів. Результати поточного контролю використовується викладачем для коригування методів і засобів навчання та студентами для подальшого планування самостійної роботи. Поточний контроль може проводитися у формі усного чи письмового опитування або експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях тощо, за результатами якого студент допускається до виконання контрольної роботи, виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Форми проведення поточного контролю та критерії оцінювання рівня знань визначаються відповідною кафедрою. Результати поточного



контролю (поточна успішність) є основною інформацією при проведенні заліку і враховуються викладачем при визначенні результатів рубіжного контролю та підсумкової екзаменаційної оцінки з певної дисципліни.

Рубіжний (модульний) контроль - це контроль знань студентів після вивчення логічно завершеної частини навчальної програми дисципліни. Цей контроль може бути модульним і проводиться у формі контрольної роботи, тестування, виконання розрахункового завдання, курсового проекту (роботи) тощо. Форма контрольного заходу і критерії оцінювання під час рубіжного контролю визначається кафедрою і відображаються у навчальній програмі дисципліни. За підсумками першого та подальшого рубіжного (модульного) контролю викладач може сформулювати підсумкову оцінку знань студентів і оголосити її до початку екзаменаційної сесії. Під час екзаменаційної сесії студенти, які не згодні з оцінкою за підсумками рубіжного контролю, складають модульний залік. Модульний контроль є необхідним елементом рейтингової технології освітнього процесу.

Підсумковий контроль з дисципліни проводиться у формах семестрового екзамену або заліку (диференційованого заліку) в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені робочим навчальним планом, індивідуальним навчальним планом студента.

Оцінювання проводиться за національною шкалою та шкалою ЄКТС.

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в залікову відомість, є сумою балів за різні види навчальної роботи:

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ (протягом кожного з модулів)	<i>Робота на лекціях:</i> - присутність на лекційних заняттях; - участь в експрес-опитуванні (тестуванні); - участь у навчальній дискусії.	до 10 балів за модуль
	<i>Робота на практичних заняттях:</i> - присутність на заняттях; - доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни; - усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, розв'язок задач; - участь у навчальній дискусії, - обговоренні ситуаційного завдання.	до 90 балів за модуль
РУБІЖНИЙ (МОДУЛЬНИЙ) КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 100 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 100 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ залік	Залік включає 2 теоретичні питання, кожне з яких оцінюється до 25 балів та практичне завдання, що оцінюється до	Критерії оцінювання зазначено в таблиці «Шкала оцінювання: національна та ECTS»



	50 балів. Залік проходить у письмовій формі.	
--	---	--

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;
- самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не викладені під час занять або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання практичних завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу;
- індивідуальну роботу студент виконує самостійно, відповідно до методичних вказівок та визначених викладачем завдань і термінів;
- ліквідація заборгованості відбувається під час проведення консультацій з дисципліни за графіком визначеним викладачем;
- здобувачі вищої освіти мають право отримати оцінку за екзамен автоматично – у випадку, якщо впродовж семестру набрали від 60-100 балів;
- здобувачі вищої освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свою оцінку лише під час складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії.

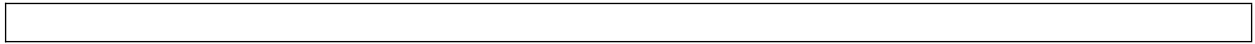
Політика щодо академічної доброчесності:

- списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. із використанням мобільних девайсів). За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує 0 балів і зобов'язаний повторно скласти контрольну роботу чи іспит;
- під час роботи над завданнями, у випадку користування інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації, студент зобов'язаний зазначити відповідне джерело;
- усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%;
- у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання.

Політика щодо відвідування:

- відвідування занять (лекцій, практичних, семінарських занять) є обов'язковим компонентом навчання;
- з об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік, карантин) навчання може відбуватись у дистанційному режимі. За погодженням із керівником курсу студент може презентувати виконані завдання під час консультацій;
- студент зобов'язаний дотримуватись термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

При вивченні курсу політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf



ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.

