



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної
кібернетики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| | |
|---|---|
| Назва курсу | МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ |
| Викладач  | Сергій РОМАНЧУК кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики |
| Контактний тел. | +38(050) 041 07 40 |
| E-mail: | licinio@ukr.net |
| Обсяг та ознаки дисципліни | Вибіркова дисципліна. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2023. |
| Консультації | Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відеоконференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю. |
| Пререквізити | Базові знання з економічної теорії, мікроекономіки, макроекономіки, економіки підприємства, маркетингу. |

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок в маркетинговому менеджменті.

Завданням вивчення навчальної дисципліни є надати студентам розуміння, глибокі теоретичні знання та практичні навички в маркетинговому менеджменті.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати: процеси, методи та інструментарій управління маркетинговою діяльністю підприємства; загальні закономірностей, принципи формування, функціонування та розвитку системи виробничих відносин.

вміти: приймати обґрунтовані рішення, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт, виявляти ініціативу та підприємливість, розробляти проекти та управляти ними.

набути соціальних навичок (soft-skills):

- здійснювати професійну комунікацію, ефективно пояснювати і презентувати матеріал;
- взаємодіяти в економічному середовищі.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту

Тема 2. Механізм та організація маркетингового менеджменту підприємства.

Тема 3. Створення маркетингових підрозділів на підприємстві.

Тема 4. Маркетингове планування.

Тема 5. Маркетингові стратегії

Тема 6. Маркетингові програми

Тема 7. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних та практичних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендована література

1. Белявцева М. І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: [навч. посіб.]. К.: ЦУЛ, 2016. 407с
2. Бондаренко, І.І. Поліщук, В.В. Шарко Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник. - Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. – 224 с.
3. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 204 с.
4. Дудар Володимир. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. – 85 с.
5. Коваль Л.А, Жовновач Р.І. Романчук С.А. Реклама та її інноваційний розвиток з позицій маркетингового менеджмента *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки.* 2022, № 8 (41) С. 129-139 [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2022.8\(41\).129-139](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2022.8(41).129-139)
6. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика : монографія. Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2018. 516 с. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/15760/Kovshova_Marketynhovy_i_menedzhment_teorii_a_metodolohiia_praktyka.pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. Копич І. М., Сороківський В. М., Стефаняк В. І. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу: навч. посіб. Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ-2000», 2020 р. 376 с
8. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 380 с.
9. Маркетинговий менеджмент / В. В. Россоха, О. В. Гуменна, К. В. Пічик, Н. В. Романченко. К.: ННЦ ІАЕ, 2014. 224 с. 134.
10. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / За ред. Штефаніча Дмитра Андрійовича. Тернопіль: Економічна думка, 2015. 241 с.
11. Математичні моделі в маркетингу та менеджменті: навч. посіб. / укл. Гамалій В.Ф., Сотніков В.С., Жовновач Р.І., Вишневська В.А., Загреба

- М.М., Ніколаєв І.В. Вид. 3-тє, доп. та перероб. Кропивницький: ЦНТУ, 2023. 181 с. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/12885>
12. Поліщук, С., Вітченко, Є. (2021). Маркетинговий менеджмент на фоні підприємницької діяльності в Україні. Економіка та суспільство, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-8>
 13. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства. Агросвіт. 2019. № 18. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/18_2019/10.pdf
 14. Buckley C. (2016) Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandising – 862 p. 17. Lancaster G., Massingham L. Essentials of Marketing Management Routledge. 2017. 464 p.
 15. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th Edition. PEARSON, 2016. 556 p. ISBN13: 9780133856460
 16. Lancaster G., Massingham L. Essentials of Marketing Management Routledge. 2017. 464 p
 17. Loudon, David. Marketing management : text and cases / David Loudon, Robert Stevens, Bruce Wrenn. – Best Business Book, 2005. – 390 p.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики, Протокол №1 від «29» серпня 2023 р.