



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
	курсова робота
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Економіки, підприємництва та маркетингу, ауд.108А https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	fem.dobryanska@nupr.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 108 А* відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо категорій та процесів маркетингового менеджменту; системи методів, алгоритмів та інструментарію управління маркетинговою діяльністю підприємств; творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетингом.	
Результати вивчення навчальної дисципліни Р2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р16. Вміти формувати систему маркетингу у суб'єктах галузі креативних індустрій	



Передумови для навчання

Дисципліна вивчається після опанування дисциплін «Стратегічний маркетинг»; «Маркетинговий аудит»; «Бізнес-діагностика»; «Управління проектами».

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність маркетингового менеджменту

Тема 1. Роль маркетингу в управлінні бізнесом. **Тема 2.** Процес маркетингового менеджменту. **Тема 3.** Управління маркетинговою інформацією. **Тема 4.** Планування у маркетингу, рівні планування. **Тема 5.** Організація маркетингу на підприємстві

Змістовий модуль 2. Управління маркетинговими програмами.

Тема 6. Управління товарними лініями, торговими марками та упаковкою. **Тема 7.** Розробка маркетингової цінової політики. **Тема 8.** Вибір і управління каналами розподілення. **Тема 9.** Управління комплексом маркетингових комунікацій. **Тема 10.** Управління маркетингом суб'єктів креативних індустрій.

Сторінка курсу на платформі Moodle

Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів.
<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=321>

Рекомендовані джерела

1. Белявцева М.І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2016. 407 с.
2. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія. К. : Алерта, 2017. 272 с.
3. Добрянська В.В., Мулер М.В. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 99 с.
4. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст. Монографія. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 252 с.
5. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Видавництво ФОП Вишемірський В.С., 2018. 516 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К.: Науковий світ. 2023. 880 с.
7. Крикавський Є.В., Дейнега І.О. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 254 с.
8. Маркетингова діяльність підприємств: навчальний посібник за заг.ред. Косенко О.П. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.
9. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
10. Язвінська Н. В. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 37 с.

Система оцінювання результатів навчання:

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100
Виконання курсової роботи	Мах кількість балів
Зміст пояснювальної записки	50
Оформлення роботи	10
Захист курсової роботи	40
Максимальна кількість балів	100



Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	
1 – 34	F	незадовільно

Політики навчальної дисципліни:

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=321>

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13