

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни  
«СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Обов'язкова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	1 курс, 2 семестр.
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 90 год. Кількість кредитів – 3.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	Викладач: <b>Герасимчук Наталія</b> , д.е.н., професор <i>Контакти:</i> ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: <a href="mailto:natalia.herasymchuk@pdaa.edu.ua">natalia.herasymchuk@pdaa.edu.ua</a> сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/gerasimchuk-nataliya-andriyivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/gerasimchuk-nataliya-andriyivna</a>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	вивчення та оволодіння студентами методами аналізу ринку і внутрішнього середовища підприємства та розвиток наукового мислення щодо розробки маркетингової стратегії на основі проведеного аналізу.
<b>Компетентності</b>	<i>загальні:</i> ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) <i>фахові:</i> ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
<b>Результати навчання</b>	ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах не визначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових та прикладних досліджень, маркетингових досліджень державною та іноземними мовами ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом за для розробки та реалізації

	маркетингових стратегій, проектів і програм.
<b>Методи навчання</b>	<p><b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b>  словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i>  наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i>  практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/дповіді;</i></p> <p><b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p><b>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p><b>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i>  методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<b>Програма навчальної дисципліни</b>	<p>Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.  Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.  Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.  Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.  Тема 5. Маркетингові стратегії росту.  Тема 6. Управління бізнес-портфелем підприємства.  Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.</p>
<b>Стратегія оцінювання результатів навчання</b>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: виконання практичних завдань; розв'язування тестів; реферат, виконання завдань самостійної роботи.  Форма семестрового контролю – екзамен.</p>
<b>Політика навчальної дисципліни</b>	<p><b>1. Академічна доброчесність</b>  Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b>  Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за</p>

	<p>програмами академічної мобільності (внутрішньої/міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b></p> <p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>4. Дедлайни та перескладання</b></p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Інноваційний розвиток підприємств», «Управління маркетингом в аграрних підприємствах», «Маркетинговий аналіз», «Стратегічний маркетинг».</p>
<p><b>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p><b>Рекомендовані джерела інформації</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник // За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.</li> <li>2. Багорка М.О., Писаренко В.В. Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу: колективна монографія. За ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 178-189. <a href="http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8441">URL:http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8441</a> .</li> <li>3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. <a href="http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387">URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387</a> .</li> <li>4. Писаренко В.В., Шталь Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2017. 230 с. URL:</li> </ol>

<http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274> .

5. Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 18. Index Copernicus URL:

[http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/72.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf) .

6. Перезовова І. В., Юрченко Н. Б. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.

#### Додаткові

1. Nitsenko V., Chukurna O., Mardani A., Streimikis J., Gerasymchuk N., Golubkova I., Levinska T. Pricing in the Concept of Cognitive Marketing in the Context of Globalization: Theoretical, Methodological and Applied Aspects. Montenegrin Journal of Economics. 2019. Vol. 15, No. 4. P. 131-147.

URL:<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7467/1/Gerasymchuk%20Montenegro%202019.pdf> Print edition ISSN 1800-5845 Web edition ISSN 1800-6698 (Web of Science, SCOPUS)

2. Gerasymchuk N., Lakhno V., Malyukov V., Akhmetov B., Mohylnyi H., Kravchuk P. Decision support model for assessing projects by a group of investors with regards of multi-factors. Springer Series: Advances in Intelligent Systems and Computing. 2020. Vol. 1225. P. 1-10. URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-51971-1\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-51971-1_1) ISSN 2194-5357 Print ISBN 978-3-030-51970-4 Online ISBN 978-3-030-51971-1

Web of Science Core Collection: 978-3-030-51971-1

3. Gerasimchuk N.A., Lisovyi A.V., Bodnarchuk O.H. Analysis of motivation for deregulation of entrepreneurial activity as the main way to reduce administrative barriers in the economy. Науковий вісник Полісся. 2018. № 1 (13). С. 20-24. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7357/1/20-24%20%281%29.pdf> ISSN 2410-9576.

4. Gerasimchuk N.A., Podik I.I., Shtuler I.Y. The comparative analysis of tax audit files. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. Vol 3, No 30. P. 147-156. URL: <http://fkd.org.ua/issue/view/10766> ISSN 2306-4994 (Print); ISSN 2310-8770 (Online).

5. Герасимчук Н.А., Штулер І.Ю., Степасюк Л.М., Тітенко З.М. Ефективність експортного потенціалу сільськогосподарської галузі в аспекті забезпечення фінансової стабільності держави. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2020. Вип. 33. С. 434-440. URL: <http://fkd.org.ua/article/view/207188/207535> ISSN (print) 2306-4994, ISSN (on-line) 2310-8770

6. Gerasymchuk N., Vasyurenko L., Kuksa I., Shtuler I., Podik I. Interpretation of financial aspects of intellectual property commercialization as an innovative product. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2020. Vol. 2 (33). P. 547-553. URL: <http://fkd.org.ua/article/view/207248/207577> ISSN (print) 2306-4994, ISSN (on-line) 2310-8770

7. Майовець Є.Й., Майовець Я.М. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навчальний посібник. Львів: «Галич-Прес», 2022. 220с.

8. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

9. Сенишин О.С., Кривешко О.В, Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана-Франка, Простір – М, 2020. 347с.

**Інформаційні ресурси**

1. Головне управління статистики у Полтавській області. URL:<http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Законодавство України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/>

Рік введення

2023