

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту ім. І.А. Маркіної

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинговий менеджмент

(обов'язкова навчальна дисципліна)

Розробник: І. Потапюк, доцент кафедри менеджменту, к.е.н., доцент

Полтава
2022 р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Маркетинговий менеджмент
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Обов'язкова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра менеджменту ім. І.А. Маркіної Навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач: Потапюк Ірина</i> , кандидат економічних наук, доцент <i>Контакти:</i> ауд. 488а (навчальний корпус №4) <i>e-mail:</i> iryna.potapyuk@pdaa.edu.ua тел. 050 136 03 22. Сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/potapyuk-irina-petrivna
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	073 Менеджмент <i>ОПП Бізнес-адміністрування</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Відсутні

Заплановані результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю діяльності підприємства на основі маркетингу з урахуванням принципів сталого розвитку.

Основні завдання навчальної дисципліни: поняття, категорій та процесів маркетингового менеджменту; вивчення системи методів, алгоритмів та інструментарію управління підприємством на основі маркетингу; опанування практичних навичок з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур на підприємстві, контролю й аналізу маркетингової діяльності; набуття вміння творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління діяльністю підприємства на основі маркетингу, що допоможе вирішенню конкретних маркетингових завдань і виконанню відповідних функцій.

Компетентності:

загальні:

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

фахові:

ФК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;

ФК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

ФК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;

ФК 11. Здатність застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку підприємства в динамічному ринковому середовищі.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;

ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями;

ПРН 5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;

ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;

ПРН 12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);

ПРН 13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу);

ПРН 14. Застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку підприємства в динамічному ринковому середовищі.

Програма навчальної дисципліни:

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	073МЕН_мд_2021 [8] (БА)				073МЕН_мз_2021 [8] (БА, л.н.)			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
л		п	с.р.	о		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність і методологічні основи маркетингового менеджменту	9	2	-	7	9	2	-	7
Тема 2. Маркетинговий менеджмент підприємства агропродовольчої сфери	11	2	2	7	11	2	2	7
Тема 3. Процес маркетингового менеджменту	9	2	-	7	9	2	-	7
Тема 4. Управління маркетинговими дослідженнями та оцінкою ринкових можливостей підприємства агропродовольчої сфери	11	2	2	7	12	2	2	8
Тема 5. Планування маркетингу на підприємстві. Еволюція систем планування	11	2	2	7	12	2	2	8
Тема 6. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	9	2	-	7	9	2	-	7
Тема 7. Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм	13	4	2	7	12	2	2	8
Тема 8. Комунікації в системі маркетингового менеджменту	11	2	2	7	11	2	2	7
Тема 9. Формування іміджу підприємства	11	2	2	7	11	2	2	7
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності	10	2	2	6	9	-	2	7
Усього годин	105	22	14	69	105	18	14	73
ЕКЗАМЕН	27	-	-	27	27	-	-	27

Оцінювання результатів навчання

Оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю
ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом)	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу);	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен
ПРН 14. Застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, розв'язування тестів, тези*, екзамен

підприємства в динамічному ринковому середовищі

* є не обов'язковими, але дають змогу отримати додаткові бали

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання ЗВО					Разом
	виконання вправ на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи	розв'язування тестів	тези*	екзамен	
Тема 1. Сутність і методологічні основи маркетингового менеджменту	-	5	-			5
Тема 2. Маркетинговий менеджмент підприємства агропродовольчої сфери	3	5	2			10
Тема 3. Процес маркетингового менеджменту	2	5	2			9
Тема 4. Управління маркетинговими дослідженнями та оцінкою ринкових можливостей підприємства агропродовольчої сфери	-	5	-			5
Тема 5. Планування маркетингу на підприємстві. Еволюція систем планування	2	5	2			9
Тема 6. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	2	5	2			9
Тема 7. Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм	2	5	2			9
Тема 8. Комунікації в системі маркетингового менеджменту	-	5	-			5
Тема 9. Формування іміджу підприємства	2	5	2			9
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності	3	5	2			10
Екзамен					20	20
Тези*				10*		
Разом	16	50	14	10	20	100

* є не обов'язковими, але дають змогу отримати додаткові бали

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 105 годин

Кількість кредитів – 3,5

Форма семестрового контролю – екзамен

Політика навчальної дисципліни

Політика щодо дедлайнів та перескладання: здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал).

Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. Обов'язкове вимкнення мобільних девайсів під час відвідування занять в аудиторії. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині і т. ін.) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій – виходити на онлайн-

консультацію.

Політика щодо академічної доброчесності: виконані завдання здобувачами вищої освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набуті очікувані навчальні результати навчальної дисципліни.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики.

Рекомендовані джерела інформації:

Основні:

1. Горбаченко С., Карпов В. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури. К. : Кондор. 2019. 320 с.
2. Гузенко Г.М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 227-234.
3. Котлер Ф. Маркетинг. К. : КМ-Букс. 2019. 224 с.
4. Калайтан Т.В. Контролінг : навч. посіб. К. : «НОВИЙ СВІТ-2000», 2019. 252 с.
5. Ковшова І.О. Маркетинговий менеджмент : теорія, методологія, практика : монографія. 2018. 516 с.
6. Конопляникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю : поняття, принципи, підходи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 332-336.
7. Копич І.М., Сороківський В.М., Стефаняк В.І. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу : навч. посібник. К. : «НОВИЙ СВІТ-2000», 2020. 376 с.
8. Майовець Є.Й. Аграрний маркетинг : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
9. Маркетингова діяльність підприємств : сучасний зміст / Під ред. Н. Карперко. К. : Центр навчальної літератури. 2019. 252 с.
10. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
11. 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.

Допоміжні

1. Аллан Діб. Маркетинговий план на одну сторінку. Харків : ТОВ Видавництво Vivat, 2020. 288 с.
2. Брайан Халліган, Дхармеш Шах. Вхідний маркетинг. Приваблийте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн. Харків : Вид-во Фабула, 2020. 240 с.
3. Босак А. О. Мустафаєва Л. А. Поточний стан та перспективи розвитку АПК України: пошук нових ринків збуту. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*.

2019. Вип. 24. Ч. 1. С. 48-54.

4. Едді Юн. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. К. : Вид-во Наш Формат, 2019. 160 с.

5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. К. : Вид-во Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 160 с.

6. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К. : Вид-во КМ-БУКС, 2019. 224 с.

7. Луцяк В.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Бізнес-планування комплексу просування продукції підприємства в Інтернет. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 6. С. 56-64.

8. Мосійчук І.В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. *Імплементация наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку* : колект. монографія. 2017. С. 278-302.

9. Потапюк І.П., Андрущенко Т.П., Мороз Ю.В. Корпоративна культура як маркетинговий ресурс підприємства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 4. С. 176-182.

10. Потапюк І.П., Дячков Д.В., Яковенко І.О. Особливості товарної політики підприємства. *Східна Європа : економіка, бізнес та управління*. ВД «Гельветика». 2020. Вип. 4 (27). С. 46-51.

11. Потапюк І.П., Воронько-Невіднича Т.В., Петракій Н.О. Особливості управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. *Інфраструктура ринку* : електронний науково-практичний журнал. Одеса : Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2018. Вип. 17 / 2018. С. 124-129.

12. Потапюк І.П., Вотінова О.С., Стрельнік С.В. Роль бренду в управлінні спортивно-оздоровчою діяльністю. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 1 (12). С. 110-114. URL: <http://rev.kpu.zp.ua/vypushk-1-12>.

13. Потапюк І.П., Івченко М.В., Склярук Р.В. Теоретико-методологічні аспекти розробки маркетингової стратегії підприємства. *Причорноморські економічні студії* : науковий журнал. 2017. № 24. С. 81-84.

14. Потапюк І.П., Орехов М.І. Організація збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. *Інфраструктура ринку* : електронний науково-практичний журнал. Одеса : Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2017. Вип. 13 / 2017. С. 159-166.

15. Потапюк І.П., Прокопенко О.В., Родько О.С. Особливості формування товарно-цінової політики сучасних підприємств. *Інфраструктура ринку* : електронний науково-практичний журнал. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2019. № 36 / 2019. С. 254-259.

16. Райан Холідей. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри. К. : Вид-во Наш Формат, 2018. 104 с.

17. Смарт Р. Agile-маркетинг. Перетворення досвіду клієнтів на вашу конкурентну перевагу. К. : Вид-во Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 208 с.

18. Філановський О. Головна маркетингова книга. Харків : Вид-во Фабула, 2018. 304 с.

19. Філановський О. Карго-маркетинг і Україна. Харків : Вид-во Фабула, 2021. 144 с.

Інформаційні ресурси:

1. Агенція комунікацій «ВАРТО». URL: <https://www.warto.com.ua/uk/>

2. Державна служба статистики України. Економічна діяльність / Діяльність підприємств. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Довідник підприємця. *Дія. Бізнес*. URL: <https://business.diiia.gov.ua/handbook>.

4. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>.

5. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.

6. Міжнародний інститут аналізу бізнесу: офіційний сайт. URL: <https://www.iiba.org>.

7. Портал для підприємців. URL: <https://sme.gov.ua>.
8. Світовий Банк. Україна. URL: <https://data.worldbank.org/country/ukraine>.
9. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr>.
10. Український бізнес-портал. URL: <https://ukrbiz.info/ua/>