



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинговий менеджмент

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Шифр та назва спеціальності	073 Менеджмент
Назва освітньо-професійної програми	Менеджмент
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Статус навчальної дисципліни	ОК 7 ОПП «Менеджмент»
Форма навчання	Денна

Викладачі

Бабенко Віталіна Олексіївна
vita.babenko@gmail.com



Професор кафедри Менеджменту та маркетингу,
доктор економічних наук, професор

Загальна інформація про дисципліну

Анотація до дисципліни	<p>Маркетинговий менеджмент є нормативною дисципліною для підготовки спеціалістів та магістрів з маркетингу. Дисципліна орієнтована на вивчення концепції маркетингу в рамках теорії менеджменту. Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» надає можливість здобувачам вищої освіти володіти знаннями щодо нових тенденцій розвитку концепції маркетингу в контексті системи маркетингового менеджменту.</p> <p>Предмет: система маркетингового менеджменту підприємства.</p>
-------------------------------	---

Мета дисципліни	<p>Мета: виклад принципів та методів, які відображають підхід до розуміння маркетингу в рамках теорії менеджменту. Тобто це підхід до розуміння аналізу, планування, впровадження в життя, а також до контролю до контролю та здійснення заходів розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримування взаємовигідних обмінів із цільовим ринком для досягнення конкретної мети організації.</p> <p>Завдання:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингового менеджменту; ✓ відпрацювання практичних навичок процесами маркетингового управління; ✓ виховання здатності до творчого пошуку, напрямів і ресурсів поліпшення діяльності пов'язаної з маркетинговим управлінням.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	<p>ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;</p> <p>СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;</p> <p>СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;</p> <p>СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;</p> <p>СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком</p>
Результати навчання	<p>ПРН1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;</p> <p>ПРН 2. Проектувати ефективні системи управління організаціями;</p> <p>ПРН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.</p> <p>ПРН7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.</p> <p>ПРН8. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією; ПРН9. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом).</p> <p>ПРН13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).</p>
Обсяг дисципліни	<p>Загальний обсяг дисципліни: 5 кредитів ЄКТС (150 годин). Для денної форми навчання: лекції – 36 годин, практичні заняття – 16 години, самостійна робота – 98 годин.</p>
Форма підсумкового контролю	<p>залік</p>

Терміни викладання дисципліни	Дисципліна викладається у 2-му семестрі (1–18 тижні)
--------------------------------------	--

Програма дисципліни	
Тема 1.	Розуміння маркетингового менеджменту Предмет курсу і його місце в системі інших наук. Розуміння маркетингового менеджменту та його процес. Поняття маркетингового управління та управління маркетингом, їх взаємозв'язок. Концептуальні підходи до управління організацією
Тема 2.	Процес маркетингового менеджменту Діагностика зовнішнього середовища непрямого та безпосереднього впливу. Методика діагностики за допомогою експертних оцінок важливості впливу. Оцінка впливу споживачів, партнерів та постачальників організації. Концептуальні основи діагностики. STEP - аналіз. Методи та засоби діагностики. Діагностика маркетингової діяльності та стратегічних ресурсів
Тема 3.	Організація маркетингового менеджменту Принципи та засоби ефективної організації маркетингу на підприємстві. Маркетингові організаційні структури. Їх недоліки та переваги. Види маркетингових організаційних структур. Зовнішні маркетингові агенції та внутрішні організаційні структури маркетингу. Сучасні тенденції розвитку організації маркетингу на підприємстві
Тема 4.	Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві Розподіл завдань прав та відповідальності серед підрозділів та співробітників служби маркетингу. Поняття якості маркетингу. Побудова підрозділів маркетингу українських фірм.
Тема 5.	Сутність і система маркетингового планування Сутність маркетингового планування. Визначення місії, цілей стратегій фірми. Використання ділового комплексного PIMS - аналізу. Дерево цілей. Система маркетингового планування, стратегічне, тактичне й оперативне планування. Види маркетингових планів.
Тема 6.	Стратегії маркетингу Поняття стратегій маркетингу. Види маркетингових стратегій. Розробка маркетингових стратегій на основі побудови матриці БКГ і МакКінсі.
Тема 7.	Маркетингове стратегічне планування Поняття стратегічного плану. Види маркетингових стратегічних планів. Узагальнення результатів аналізу діяльності організації, виявлення факторів впливу та рівня їх впливу. Слабкі, сильні сторони діяльності фірми, ймовірність використання можливостей та реалізації загроз. Побудова матриці SWOT - аналізу. Розробка загального стратегічного плану
Тема 8.	Розробка маркетингових програм Види маркетингових програм. Склад та структура маркетингової програми. Бюджет реалізації плану маркетингу, інші методи оцінки

	маркетингових планів. Визначення мети аналізу. Оцінка та рівень конкурентоспроможності. Розробка заходів для поліпшення стану фірми. Розрахунок показників ефективності збуту продукції, платоспроможності, ефективності маркетингової діяльності.
Тема 9	Тактичне та оперативне планування маркетингу Тактичні та оперативні плани маркетингу. Види тактичних планів. Оперативне планування маркетингу: сутність, принципи та завдання
Тема 10	Контроль у маркетинговій діяльності підприємства Оперативний контроль (контроль збуту, частки ринку, маркетингових витрат). Стратегічний контроль у маркетинговій діяльності. Внутрішній та зовнішній види контролю. Маркетингова ревізія та етапи її проведення.

Список рекомендованих джерел

Рекомендована література:

1. Babenko V., Perevozova I., Prystemskyi O., Anisimova O., Fedorchuk A., Balabanova I. (2022) E-Commerce in Ukraine: Place, Range of Problems, and Prospects of Development. In: Magdi D.A., Helmy Y.K., Mamdouh M., Joshi A. (eds) Digital Transformation Technology. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 224. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2275-5_26 [Scopus, Springer]
2. Babenko, V., Chukurn, O., Niekrasova, L., Stanislavyk, O., Tyukhtenko, N., Lytvynenko, O., & Davydko, S. (2023). Methodology for Assessing the Risk of Implementing the Strategy of Diversification of Enterprises in the Aspects of Information Technology Management. Journal of Information Technology Management, 15(1), 192-207. doi: 10.22059/jitm.2023.91152 (Scopus Q3)
3. Modern trends in digital transformation of marketing & management/ collective monograph / Edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlynskyi. Košice: Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. – 604 p.
4. Olena Chukurna, Olena Stanislavyk, Ganna Izotova. BLOCKCHAIN IMPLEMENTATION IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE INTERNATIONAL SWIFT PAYMENT SYSTEM // Digital Transformations: Challenges and Benefits for the Economy and Society// [Monograf], Edited by Ilona Kalashnyk. Publishing House of University of Technology, Katowice, 2023, pp.246, p. 138-148
5. Chukurna O., Striy L. Influence of information and communication technologies on the development of knowledge economy /Knowledge management: seven effective examples of applying knowledge / [Monograf], Scientific Editor by Walery Okulicz-Kozaryn, Poznan, Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych im. Ksiecia Mieszka I w Poznaniu, 2022, p. 101-115

Інформація про консультації

Щопонеділка у вересні-грудні 2023 року з 11⁵⁰ до 13¹⁰ год., – проф. В. О. Бабенко

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином:
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано	Нарахування балів	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою і становить: за поточну успішність (участь у практичних заняттях, виконання практичних завдань та контрольних робіт) – до 60 балів, за результати екзамену – до 40 балів.
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D				
60-63	E	Задовільно			
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Не зараховано з можливістю повторного складання		
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		

Політика опанування дисципліни

Відвідування: Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен/залік) є обов'язковою. При проведенні занять в онлайн режимі, присутність здобувача враховується у разі відкритого вікна.

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати програму **Unicheck**.

Умови зарахування пропущених занять:

Інші умови: Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle