

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет економіки та управління**  
**Кафедра менеджменту**

**СИЛАБУС**

**вибіркового освітнього компонента**

**МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**підготовки магістра**

**галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**спеціальності 073 Менеджмент**

**освітньо-професійної програми Менеджмент організацій**

**Силабус освітнього компонента «МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**  
підготовки магістра, галузі знань 07 Управління та адміністрування,  
спеціальності 073 Менеджмент, за освітньо-професійною програмою  
Менеджмент організацій

**Розробник:** Надія Буняк, доцент кафедри менеджменту, кандидат економічних  
наук, доцент

**Силабус погоджено:**  
Гарант ОПП  
Менеджмент організацій



Лариса ЮЩИШИНА

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри  
менеджменту**  
протокол № 3 від 6 вересня 2023 року

Завідувач кафедри



Наталія ХОМЮК

## I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування,	<b>Вибірковий</b>
Кількість годин/кредитів 120/4	073 Менеджмент,	Рік навчання 1-ий
ІНДЗ: <u>немає</u>	Менеджмент організацій, другий (магістерський)	Семестр 1-ий
		Лекції 10 год.
		Практичні (семінарські) 14 год.
		Самостійна робота 88 год.
Мова навчання		Консультації 8 год.
Сторінка курсу в MOODLE		Форма контролю: залік
		Українська
		<a href="http://194.44.187.60/moodle/course/view.php?id=612">http://194.44.187.60/moodle/course/view.php?id=612</a>

## II. Інформація про викладача

Буняк Надія Михайлівна

Науковий ступінь – кандидат економічних наук

Вчене звання – доцент

Посада – доцент кафедри менеджменту

*Контактна інформація викладача:*

Телефон +38(066)7892806

Електронна пошта: [Buniak.Nadiya@vnu.edu.ua](mailto:Buniak.Nadiya@vnu.edu.ua)

Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі

Українки

Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

## III. Опис освітнього компонента

**1. Анотація освітнього компонента.** Освітній компонент «Маркетинговий менеджмент» належить до вибірових освітніх компонентів, спрямований на формування фахових компетенцій у сфері маркетингового менеджменту шляхом розвитку в здобувачів вищої освіти креативних здібностей, використання досягнень вітчизняної і зарубіжної науки, найкращого практичного досвіду, а також участі в реальних практичних дослідженнях і застосовуванні прогресивних стратегій, методів та прийомів маркетинг-менеджменту. Особлива увага приділяється здобуттю практичних навиків щодо орієнтованого на ринок управління діяльністю підприємства.

### 2. Пререквізити і постреквізити освітнього компонента

**Пререквізити:** освітній компонент є суміжним і тісно пов'язаний із такими освітніми компонентами, як «Менеджмент організацій», «Мотивування та лідерство», «Сучасні інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності», навчально-наукова практика.

**Постреквізити:** освітні компоненти «Менеджмент стратегічних змін та розвитку», виробнича практика, переддипломна практика.

### **3. Мета і завдання освітнього компонента**

**Мета** викладання освітнього компонента – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та практичних навиків з планування, організації, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві, які забезпечать отримання інтегральної, загальних та професійних компетенцій необхідних для ефективного орієнтованого на ринок управління діяльністю підприємства в умовах сучасного бізнес-середовища.

Основними **завданнями** освітнього компонента є: вивчення системи методів та алгоритмів управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття вмінь творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів та методів управління маркетинговою діяльністю підприємства; оволодіння навичками з використання інструментарію маркетингового менеджменту, зокрема розробки та реалізації товарної, цінової, комунікативної політики, а також політики розподілу; розв'язання конкретних маркетингових завдань.

**4. Методи навчання:** інтерактивні методи (інтерактивна лекція з використанням вербальних та ілюстративно-демонстраційних методів: розповідь, пояснення, дискусія, презентація, демонстрація, запитання-відповідь), практичні методи (практичні завдання, аналіз ситуацій та розв'язання ситуаційних завдань, творча робота, евристичний метод).

### **5. Результати навчання (компетентності).**

#### **Загальні компетентності:**

ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

#### **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:**

СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

СК4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації.

СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

#### **Програмні результати навчання:**

ПРН1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.

ПРН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

## 6. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю*/ Бал
<b>Змістовий модуль 1. Сутність та процес планування маркетингової діяльності</b>						
Тема 1. Сутність і роль маркетингового менеджменту	11	1	1	8	1	БО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 2. Процес маркетингового менеджменту	12	1	1	9	1	БО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 3. Сутність та система маркетингового планування	12	1	1	9	1	БО(1,0), Т(3,0), РС (3,0), Е(3,0) / 10
Тема 4. Стратегічне маркетингове планування	11	1	1	9		БО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 5. Тактичне та оперативне планування маркетингу. Розробка маркетингових програм	12		2	9	1	ФО(1,0), Т(3,0), РС(3,0), Е(2,0) / 10
Разом за модулем 1	58	4	6	44	4	50
<b>Змістовий модуль 2. Організація, мотивація та контроль маркетингової діяльності</b>						
Тема 6. Організація маркетингового менеджменту	12	1	1	9	1	БО(1,0), Т(3,0), РС(3,0), Е(2,0) / 10
Тема 7. Організаційні структури управління маркетингом підприємства	12	1	1	9	1	БО(1,0), Т(3,0), РС(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 8. Управління розробкою та реалізацією комплексу маркетингу	13	2	2	9		БО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 9. Мотивація маркетингової діяльності	12	1	2	8	1	БО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Тема 10. Контроль маркетингової діяльності підприємства	13	1	2	9	1	ФО(1,0), Т(3,0), ПЗ(3,0), Е(3,0) / 10
Разом за модулем 2	62	6	8	44	4	50
<b>Всього годин / Балів</b>	<b>120</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>88</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

Форма контролю\*: бліц-опитування (БО), фронтальне опитування (ФО), есе чи реферат (Е), тести (Т), розгляд ситуаційних завдань (РС), виконання практичних завдань (ПЗ).

## 7. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота з освітнього компонента «Маркетинговий менеджмент» передбачає:

- підготовку до аудиторних (практичних) занять – опрацювання лекційного матеріалу та самостійне опрацювання окремих тем (питань) освітнього компонента;

- розв'язання практичних та тестових завдань;
- написання рефератів та коротких есе з конкретної теми;
- підготовку до усіх видів контролю.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента та містяться в електронному курсі у веб-середовищі

#### IV. Політика освітнього компонента

**Політика щодо відвідувань занять:** відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем. Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

**Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти:** результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються в ВНУ імені Лесі Українки шляхом валідації (<http://surl.li/lpbys>).

Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту загалом, так і його окремому розділу, темі (темам) тощо, які передбачені силабусом освітнього компонента.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або першого місяця від початку семестру, враховуючи ймовірність не підтвердження здобувачем результатів такого навчання.

**Політика щодо академічної доброчесності:** виконані завдання здобувачем 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. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача вищої освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Здобувач вищої освіти зобов'язаний неухильно дотримуватись Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

#### V. Політика поточного та підсумкового оцінювання

**Політика поточного оцінювання:** оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання усіх видів робіт, які передбачені силабусом. Максимальна кількість балів, яку можна набрати – 100 балів.

Здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих

закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, конкурсі магістерських робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

**Політика підсумкового оцінювання:** семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою.

У дату складання заліку викладач записує у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

Якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання, анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100.

Повторне складання заліку допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету. Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді тестування, що включає 50 тестів по 2 бали кожен (загалом 100 балів). Тестові запитання складено відповідно до силабусу освітнього компонента.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/kvyni>).

## VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

### **Критерії оцінювання результатів навчання:**

**60-100 балів (зараховано):** здобувач освіти володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені програмою, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

**1-59 балів (незараховано):** здобувач не засвоїв більшості тем навчального курсу, не в змозі викласти зміст більшості основних питань та не може продовжити навчання чи розпочати професійну діяльність без додаткових занять з освітнього компонента.

## VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Буняк Н. М. Сутність маркетингової стратегії підприємства. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2019. Вип. 23. С.22-29
2. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі України, 2019. 76 с. URL : <http://surl.li/lcyo>
3. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент : методичні вказівки до практичних занять. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі України, 2020. 68 с. URL : <http://surl.li/lczv>
4. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент : методичні вказівки до самостійної роботи. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі України. 2020. 52 с. URL : <http://surl.li/ldau>
5. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі України, 2022. 180 с.
6. Буняк Н. М. Роль холістичного маркетингу в системі менеджменту підприємства. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (12 травня 2023 р). Луцьк: ЛНТУ, 2023. С.14-15.
7. Дудар В. Управління маркетингом: електр. навч. посіб. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с.
8. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. /О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. Київ : НАУ, 2022. 204 с.
9. Punnavanam A., Jassena VP. Marketing management: past, present and future. *International journal of creative research thoughts*. 2022. Vol. 10. Issue 3 Marh, pp. 265-270.

### *Інтернет-ресурси*

1. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі України. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua>
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>.