



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (5 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Менеджмент туристичної індустрії
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Данілова О.М., к. с.-г. н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobotnyky/profesorsko-vykladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaivna/
Контактний тел.	+380663509270
E-mail:	o.danilova @chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1244
Консультації	згідно графіку консультацій викладачів кафедри

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Маркетинг» належить до переліку нормативних (обов'язкових) навчальних дисциплін за освітнім рівнем «бакалавр», що пропонується в рамках циклу професійної підготовки здобувачів вищої освіти на другому році навчання.

Вона забезпечує формування у студентів професійно-орієнтованої компетентності системного світобачення та спрямована на засвоєння теоретичних і практичних знань з маркетингу, як необхідної складової для прийняття ефективних управлінських рішень з урахуванням тенденцій змін маркетингового середовища.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів – майбутніх менеджерів у сфері туристичного бізнесу наукового світогляду та знань з теорії, методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності підприємства.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. «КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ»	
Тема 1.	Сутність, види та концепції маркетингу.
Тема 2.	Маркетингове середовище підприємства

Тема 3.	Система маркетингової інформації. Процес маркетингових досліджень.
Тема 4.	Вивчення потреб і поведінки споживачів.
Тема 5.	Сегментування, як складова цільового маркетингу
Тема 6	Позиціонування, як складова цільового маркетингу.
МОДУЛЬ 2. «Формування та управління маркетинговим комплексом підприємства»	
Тема 7	Маркетингова товарна політика підприємства.
Тема 8.	Маркетингова цінова політика підприємства.
Тема 9.	Формування та управління каналами розподілу.
Тема 10.	Маркетинговий комунікаційний комплекс підприємства.
Тема 11	Інтернет-маркетинг
Тема 12	Маркетингове планування. Маркетингові стратегії
Тема 12	Організація та контроль маркетингової діяльності.

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються: словесні методи - лекція, бесіда, пояснення, дискусія, інструктаж; практичні методи; наочні методи - демонстрація відео, презентації; методи стимулювання пізнавального інтересу - ситуаційні завдання, виконання проєктів, кейси; самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК; тренінги, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Основними формами поточного контролю є **усний контроль** (індивідуальне та фронтальне опитування, захист практичних робіт, захист проєктів, презентації результатів виконаних завдань та досліджень); **письмовий контроль** (модульні контрольні роботи, практичні роботи, ситуаційні завдання, кейси); **тестування**.

Формою підсумкового контролю – є **екзамен**.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами: «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<http://surl.li/pmlsui>), «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» (<http://surl.li/edzqjk>).

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(покликання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

1. Данілова О.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств туристичної сфери. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-ох частинах/ В. П. Руденко, В.Я.Вацеба, В.Н.Підгірна та ін. Чернівці, 2019. С.122-185. URL : <http://surl.li/krguau>
2. Данілова О.М. Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу. Менеджмент туристичної індустрії : освітньо-наукові домінанти : колективна монографія / Руденко В.П., Підгірна В.Н., Наконечний К.П. та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С.280-312. URL : <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10605>
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: Підручник Київ : Вид-во «Діалектика», 2020. 863 с. URL : <https://diamail.com.ua/PDF/978-617-7812-04-2/content.pdf>
4. Летуновська Н. Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с. URL : https://tourlib.net/books_ukr/letunovska.htm
5. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL : <http://surl.li/drqtq>
6. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL : <http://surl.li/afrbxm>
7. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с. URL : <http://surl.li/skfdmz>
8. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. - К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. - 537 с. URL : <https://dglb.nubip.edu.ua/handle/123456789/10368>
9. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. URL : <http://surl.li/cmltiz>
10. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL : <http://surl.li/infckb>
11. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : <http://surl.li/kadprs>
12. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>
13. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL : <https://www.uam.in.ua/ukr/>
14. Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив. URL : <https://mami.org.ua/uk/>

**Детальна інформація щодо вивчення курсу «Маркетинг» висвітлена у
робочій програмі навчальної дисципліни**

<https://ecogeo.chnu.edu.ua/media/rqmjyue5/ok15.pdf>