

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стратегічний маркетинг

Освітня програма «Маркетинг»

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол №1 від 31 серпня 2022

м. Івано-Франківськ – 2022_р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація.....	3
2. Опис дисципліни.....	3
3. Структура курсу (зразок).....	4
4. Система оцінювання курсу.....	6
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу	6
6. Ресурсне забезпечення.....	7
7. Контактна інформація.....	7
8. Політика навчальної дисципліни.....	8

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Стратегічний маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень
Статус дисципліни	основна
Курс / семестр	1 семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 28 год. Семінарські заняття – 32 год. Самостійна робота – 120 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://test-d-learn.pnu.edu.ua/teacher/course/view/4119

2. Опис дисципліни

Мета та цілі курсу

Мета курсу: формувати та розвивати у студентів загальні і професійні компетентності у сфері маркетинг та формувати у студентів системи теоретичних знань з маркетингових стратегій і практичних навичок щодо управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства .

Цілі курсу відображаються у основних результатах навчання та здатності студентів розробляти бізнес-плани, маркетингові стратегії, перспективні та поточні плани маркетингової діяльності, розробляти стратегічні маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства, в тому числі, і глобальному вимірі.

Компетентності

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання (мають співпадати з матрицею ОП)

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

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 задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Сутність і сфера стратегічного маркетингу.	Розуміти сутність і сфера стратегічного маркетингу.	Тести, питання, кейси
2	Аналіз маркетингового середовища.	Розуміти аналіз маркетингового середовища.	Тести, питання, кейси
3.	Маркетингова стратегічна сегментація.	Знати маркетингову стратегічну сегментацію	Тести, питання, кейси
4.	Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування	Знати маркетингові стратегії диференціації та позиціонування	Тести, питання, кейси
5.	Маркетингове управління портфелем бізнесу фірми	Розуміти маркетингове управління портфелем бізнесу фірми.	Тести, питання, кейси
6.	Маркетингові стратегії зростання	Знати маркетингові стратегії зростання	Тести, питання, кейси

7.	Маркетингові конкурентні стратегії.	Знати маркетингові конкурентні стратегії.	Тести, питання, кейси
8.	Альтернативні маркетингові рішення в умовах глобалізації	Розуміти альтернативні маркетингові рішення в умовах глобалізації.	Тести, питання, кейси

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекції	0
Семінарські заняття	30
Контроль самостійної роботи	10
Індивідуальне завдання у формі доповіді, мультимедійних та графічних розробок	10
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу (зразок)

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																						Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Лекції																							-
Семінарські з-тя																							30
КСР																			10				10
Індивідуальні завдання																				10			10
Екзамен																					50		50
Всього за тиждень	-	-			кв									кв			к	к	10	10	50	к	100

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Stone, M., Aravopoulou, E., Ekinci, Y., Evans, G., Hobbs, M., Labib, A., & Machtynger, L. (2020). Artificial intelligence (AI) in strategic marketing decision-making: a research agenda. <i>The Bottom Line</i>, 33(2), 183-200. 2. Gyenge, B., Máté, Z., Vida, I., Bilan, Y., & Vasa, L. (2021). A new strategic marketing management model for the specificities of E-commerce in the supply chain. <i>Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research</i>, 16(4), 1136-1149. 3. Varadarajan, R. (2019). Theoretical underpinnings of research in strategic marketing: a commentary. <i>Journal of the academy of marketing science</i>, 47(1), 30-36. 4. Hansen, E., & Juslin, H. (2018). <i>Strategic marketing in the global forest industries</i>. Oregon State University. 5. Beirman, David. <i>Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach</i>. Routledge, 2020. 6. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ—152 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1768_32663922.pdf 7. Плахотнікова Л.О. ПЗ7 Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf 8. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf 9. Hrechanyk Nataliia. Integration of the Supply Chain Management and Development of the Marketing System. Iryna Perevozova, Liliana Horal, Andriy Mokhnenko, Nataliia Hrechanyk, Andriy Ustenko, Oksana Malynka, Lilya Mykhailyshyn // <i>International Journal of Supply Chain Management</i>, Vol.9, № 3, June 2020. Index SCOPUS http://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/issue/view/197/showToc 10. Hrechanyk Nataliia. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. I. Perevozova, I. Savchenko, M.Shkurenko, O.Obelnytska, N.Hrechanyk // <i>Journal of Entrepreneurship Education</i> Volume 22, Special Issue, 2019. Index SCOPUS https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85064443119&origin=inward&txGid=7d2fa5cd80972166b52afee68bb89fb7 11. Гречаник Наталія Юріївна. Особливості маркетингу територій як складової системного соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад умовах децентралізації. / Н.Ю. Гречаник, І.І. Плєць // <i>Науково – практичний журнал «Регіональна економіка та управління»</i>. №2 (24)травень 2019р, частина 1. – Херсон: видавничий дім «Гельветика». – С.62-66. 12. Hrechanyk Nataliia. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. I. Perevozova, I. Savchenko, M.Shkurenko, O.Obelnytska, N.Hrechanyk // <i>Journal of Entrepreneurship Education</i> Volume 22, Special Issue, 2019. Index SCOPUS . 13. Гречаник Н. Ю. Бренд території: необхідність викликана часом / Наталія Юріївна Гречаник // <i>Науковий журнал "Науковий погляд: економіка та управління"</i>. – 2018. 	

– №1.

14. Гречаник Н. Ю. Теоретичні підходи до етапів управління організаційною культурою підприємства при її модернізації / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезова. // Ринок праці та зайнятість населення. – 2019. – №4. – С. 57–62. <https://ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/19.11.2020-4-2019-1.pdf>
15. Гречаник Н. Ю. Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів в період кризи, спричиненої COVID-19 / Н. Ю. Гречаник, Д. О. Манзевита // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» N 4(Травень, 2021): за матеріалами I Міжнародної науково-практичної конференції «Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences». – 2021. – С. 75–79. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/grail-of-science/issue/view/07.05.2021/529>

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра менеджменту та маркетингу Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 Гуманітарний корпус, восьмий поверх, ауд. 810 (0342)55-32-32 kmim@pnu.edu.ua
Викладач (і)	Гречаник Наталія Юріївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Контактна інформація викладача	nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» від 29 грудня 2015 року.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <p>Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»</p> <p>Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</p> <p>Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</p> <p>Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</p>
-----------------------------	--

	<p>Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”.</p> <p>Лист МОН України “До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності”.</p> <p>За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Відвідування занять є обов’язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) .</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю.</p> <p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів», «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти». Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативнідокументи/polozhenja/</p>
Додаткові бали	<p>За рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)</p>
Неформальна освіта	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019)</p>

Викладач _____ **Гречаник Н.Ю.**