



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинговий менеджмент

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Єременко Олена Миколаївна

к.е.н., доцент

yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4

кредити ЄКТС
(120 годин)

32

годин контактна робота з викладачем
(16 годин лекцій;
16 годин семінарських занять)

88

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

другий
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»;

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Маркетинг промислового підприємства», «Прийняття управлінських рішень у маркетингу» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідної спеціальності, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо організації, планування, реалізації і контролю маркетингової діяльності підприємств на основі принципів ринкової економіки.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретико-методологічні засади управління маркетинговою діяльністю

- Тема 1. Сутність, цілі і завдання маркетингового менеджменту
- Тема 2. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві
- Тема 3. Управління маркетинговими заходами

Модуль 2. Планування і контроль в системі маркетингового менеджменту

- Тема 4. Сутність і структура маркетингового планування
- Тема 5. Маркетингове стратегічне планування
- Тема 6. Тактичне й оперативне планування маркетингу
- Тема 7. Контроль та аналіз маркетингової діяльності

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;
- вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта;
- використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;
- розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень;
- обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;



Донецький державний університет управління

- управляти маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання;
- застосовувати методи аналізу маркетингового середовища та приймати ефективні маркетингові рішення; знаходити нові ринкові можливості та розробляти заходи щодо запобігання ринковим загрозам, в тому числі і на міжнародному рівні.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 35 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 20 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 15 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Белявцев М.І., Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навч. посібник / Донецький національний університет. 2-ге вид. Вінниця: ДонНУ, 2015. 297 с.
2. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с.
3. Штефанич Д.А. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2015. 241 с.

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
2. Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, James F. Engel. Consumer Behavior. 10th edition. Thomson south-western. 2007. 943 p.
3. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.
4. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.
5. William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy. Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach. McGraw-Hill Irwin. 2013. 832 p.

Інтернет джерела:

1. Інформація про стратегії маркетингу в Internet. URL: <http://webmaestro.com.ua>.
2. Новий маркетинг. URL: <http://www/marketing.web-standart.net>.
3. Український журнал «Маркетинг і реклама». URL: <http://www.mr.com.ua>.
4. Перший український Internet-журнал з маркетингу і реклами «MarketingMix» URL: <http://www.MarketingMix.com.ua>.
5. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
6. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.