



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Планування та прогнозування в маркетинговій діяльності

КАФЕДРА

### Маркетингу

РОЗРОБНИК

**Чуприна Олена Оскарівна**

д.е.н., доцент

chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**3**

кредитів ЄКТС  
(90 годин)

**32**

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

**58**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок з організації та здійснення планування та прогнозування маркетингової діяльності підприємства

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Основи планування маркетингової діяльності

- Тема 1.** Сутність маркетингового планування та його особливості
- Тема 2.** Організація маркетингового планування на підприємстві
- Тема 3.** Маркетинговий план, його структура
- Тема 4.** Методичні основи формування плану маркетингу
- Тема 5.** Ефективність маркетингового планування. Реалізація плану маркетингу

### Модуль 2. Прогнозування в маркетинговій діяльності

- Тема 6.** Сутність маркетингового прогнозування та його особливості
- Тема 7.** Організація маркетингового прогнозування
- Тема 8.** Розробка маркетингових прогнозів

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- навички застосування набутих теоретичних знань для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- здатність використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- вміння застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- вміння виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;



## Донецький державний університет управління

- здатність використовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення задач в сфері маркетингу, прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси.
- навички застосування технологій маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

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

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на семінарських заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання індивідуальних завдань і кейсів, розв'язання задач – 40 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. Должанський І. З., Загорна Т.О. Бізнес-план: технологія розробки. К. : Центр учбової літератури, 2019. 384 с.
2. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп.: навч. посіб. / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова, В. В. Морева, О. В. Белякова, О. Б. Балакай/ К. : Центр учбової літератури, 2013. 352 с.
3. Решетняк О.І. Планування та контроль на підприємстві: навчальний посібник. Х.: Вид-во НУА, 2012. 348 с.

### **Англомовні видання:**

1. Kotler Philip, Keller Kevin Lane Marketing Management, 15th Edition. Pearson, 2016. 816 p.
2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
3. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p.

### **Інтернет джерела**

1. Державна служба статистики України (Укрстат) // <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив. URL: <http://www.mami.org.ua/>
3. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
4. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.