СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Кафедра менеджменту та маркетингу
Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	**Плахотнікова Лариса Олександрівна,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: LOPlakhotnikova@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
Обсяг	Денна форма навчання					
	4	120	20	22	78	Залік
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Залік

Опис дисципліни	**Навчальна дисципліна: «Маркетинговий менеджмент»** є вибірковим компонентом навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію. **Мета вивчення навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент»** полягає у формуванні системних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності підприємства, застосування сучасних методів маркетингового управління для обґрунтування управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення ефективної діяльності підприємства в умовах динамічного ринкового середовища. **Завдання вивчення навчальної дисципліни:** засвоєння теоретичних та методичних засад маркетингового менеджменту; вивчення процесів організації маркетингової діяльності та формування відповідних організаційних структур підприємства; оволодіння методами аналізу ринкового середовища, визначення цільових сегментів і конкурентних переваг; набуття навичок розроблення маркетингових стратегій, планів і програм; формування вмінь координувати інструменти комплексу маркетингу, здійснювати контроль та оцінювати результативність маркетингової діяльності підприємства.

	Формат проведення дисципліни: лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.
Професійні компетентності	Здатність застосовувати сучасні концепції, методи та інструменти маркетингового менеджменту для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства. Здатність аналізувати ринкове середовище, визначати цільові сегменти ринку, оцінювати конкурентні позиції підприємства та обґрунтовувати маркетингові управлінські рішення. Здатність організовувати маркетингову діяльність підприємства, формувати відповідні організаційні структури та забезпечувати координацію маркетингових процесів. Здатність розробляти маркетингові стратегії, тактичні плани та програми, визначати пріоритети й інструменти їх реалізації. Здатність здійснювати контроль маркетингової діяльності, аналізувати її результативність та визначати напрями підвищення ефективності маркетингового управління підприємством.
Програмні результати навчання	Застосовувати теоретичні знання та сучасні методи маркетингового менеджменту для організації, планування й управління маркетинговою діяльністю підприємства. Аналізувати ринкове середовище, визначати цільові сегменти ринку, оцінювати конкурентні позиції підприємства та обґрунтовувати маркетингові управлінські рішення. Визначати оптимальні підходи до організації маркетингової діяльності підприємства, формування організаційних структур та координації маркетингових процесів. Розробляти маркетингові стратегії, тактичні плани та програми, обирати інструменти комплексу маркетингу й планувати їх реалізацію. Здійснювати контроль та аналіз результатів маркетингової діяльності, оцінювати її ефективність і визначати напрями вдосконалення маркетингового управління підприємством.
Програма навчальної дисципліни	**Змістовий модуль 1. Суть та процес маркетингового менеджменту** Тема 1. Маркетинговий менеджмент в системі управління підприємством. Тема 2. Процес маркетингового менеджменту. Тема 3. Організація маркетингового менеджменту. Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур підприємства. Тема 5. Сутність та система маркетингового планування. **Змістовий модуль 2. Стратегії в маркетинговому менеджменті** Тема 6. Маркетингові стратегії. Тема 7. Маркетингове стратегічне планування. Тема 8. Маркетингове тактичне планування. Тема 9. Маркетингові програми. Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, пояснення, обговорення теоретичних питань, дискусії, ілюстративно-роздатковий матеріал. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, письмове виконання практичних занять, тестування, методи «мозкового штурму», дослідницькі методи
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери або ноутбуки з програмним забезпеченням Microsoft Office, веббраузери, доступ до мережі Інтернет для роботи з відкритими інформаційними ресурсами та виконання навчальних завдань. Мультимедійний проєктор, платформи Microsoft Teams та Moodle для організації освітнього процесу, дистанційного навчання, виконання практичних завдань і проведення контролю знань.

Політики навчальної дисципліни	***Політика щодо академічної доброчесності.*** Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 26 червня 2026 р., протокол № 15. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п. 4.17.2 Положення про академічну доброчесність НАСОА. ***Політика щодо відвідування занять.*** Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. ***Політика щодо перескладання.*** Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженого рішенням Вченої ради НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8 (зі змінами та доповненнями, протокол від 04 листопада 2025 р. №4).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Н. Замкова, І. Поліщук, Ю. Довгань, В. Шарко, А. Танасійчук. Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 296 с. URL: http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=29646.
2. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Київ : НАУ, 2022. 204 с. URL: https://er.kai.edu.ua/items/e9fd3834-97b1-46bc-96af-85f6ad2756d0.
3. Маркетинг: світовий досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 484 с.
4. Гарматюк О., Логінова О. Організаційні аспекти процесу формування маркетингової стратегії в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2024. № 60. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-58.
5. Селезньова О. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємствами. Економіка та суспільство. 2025. № 73. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-129.
6. Прокопенко Р. Цифровізація управління маркетинговою діяльністю підприємства: сучасні тренди та виклики. Економіка та суспільство. 2025. № 74. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-130.

7. Максютенко І., Сівашенко Т. Інтеграція управлінського контролінгу та маркетингового менеджменту в системі стратегічного розвитку підприємства. Економіка та суспільство. 2025. № 78. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-98.
8. Плахотнікова Л. О. Вплив соціально відповідального маркетингу на управління логістичними ланцюгами постачання. Економіка та суспільство. 2024. № 68. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-118.
9. Плахотнікова Л. О. Аналіз ринку – інтегральний інструмент міжнародного маркетингу: теоретико-методологічні засади та практичне значення. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2025. № 3–4. DOI: https://doi.org/10.31767/nasoa.3-4-2025.15.
10. Плахотнікова Л. О. Методичні рекомендації для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальності D5 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг і реклама». Київ : НАСОА, 2025. 30 с. URL: https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2131.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру здобувач отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю здобувач отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то здобувач вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Максимум – 5 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 10 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 10 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 0 до 10 ба балів
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 60
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Залік		Оцінка	Пояснення
Зараховано	**90-100**	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналізу можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
Незараховано	**35-59**	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Протокол № 1 від 28 серпня 2026 р.