

Додаток 2
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
 Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
 Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
 навчальної дисципліни

«Маркетингове стратегічне планування»

на 2020-2021 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс, 8 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
 науковий ступінь і вчене звання,
 посада

Трайно Вікторія Миколаївна
 к.е.н.,
 доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-066-10-46-215
Електронна адреса	trayno555@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Формування у студентів системи теоретичних знань із планування маркетингової діяльності на стратегічних засадах і практичних навичках управління процесом стратегічного планування через інструментарій дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища, за умови обізнаності у законодавчій системі, нормативній, спеціальній, довідковій літературі.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: іспит
Базові знання	Наявність знань з основ маркетингу
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"> оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (ПР09). 	<ul style="list-style-type: none"> знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06); здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК07); здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК08); здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12);

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	<ul style="list-style-type: none"> • здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі (СК13); • здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Тема 1. Сутність та система маркетингового планування	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на тему «Роль і види планування маркетингу та його вплив на діяльність підприємства».
Тема 2. Маркетингове стратегічне планування	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Підготувати доповідь на тему «Моделі прийняття стратегічних рішень».
Тема 3. Інформаційне забезпечення маркетингового планування	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	1. Провести PEST - аналіз виробничого підприємства за вибором студента. 2. Здійснити SNW-аналіз торговельного підприємства за вибором студента.
Тема 4. Розробка маркетингових програм	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Скласти маркетингову програму підприємства за вибором студента.
Тема 5. Тактичне і оперативне планування маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Розробити бізнес-план підприємства сфери послуг за вибором студента
Тема 6. Контроль маркетингової діяльності підприємства	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Скласти програму маркетингового аудиту підприємства сфери послуг за вибором студента

Інформаційні джерела

Основні

1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг [Текст] : підручник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – Київ : Центр учб. л-ри, 2012. – 612 с.
2. Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посібник / за ред. М. І. Белявцев, В. Н. Воробійов. – Київ : Центр учб. л-ри, 2006. – 407 с.
3. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / О.А. Біловодська. – К : Знання, 2010. – 332 с.
4. Вісящев В. А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / В. А. Вісящев, Л. І. Антошкіна, І. О. Тарлопов. – Донецьк : Норд-Прес, 2005. – 440 с.
5. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник / А. В. Войчак. – Київ : КНЕУ, 2009. – 336 с.
6. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності : навчальний посібник / В. Г. Дарчук. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с.
7. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу [Текст] + [Електрон. ресурс] : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 363 с. Режим доступу: http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=252889
8. Карпенко Н. В. Маркетинговий менеджмент [Електронний ресурс] : навч.-метод. посібник / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова. – Полтава : ПУЕТ, 2016. Режим доступу: http://elib.puet.edu.ua/action.php?kt_path_info=lm.web.view&fDocumentId=778908

9. Карпенко Н. В. Маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. В. Карпенко. – Харків : Студцентр, 2004. – 208 с.
10. Карпіщенко О. І. Стратегічне планування : навч. посібник / О. І. Карпіщенко, К. В. Ілляшенко, О. О. Карпіщенко. – Суми: Сумський державний університет, 2013. – 446 с.
11. Крикавський Є. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібник / Є. В. Крикавський, Л. І. Третякова, Н. С. Косар. — 2-ге вид. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. — 256 с. — (Серія «Світ маркетингу і логістики». — Вип. 3).
12. Крикавський Є. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Є. В. Крикавський, І. О. Дейнега, О. В. Дейнега, І. Ф. Лорві. - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. - 380 с. (Серія "Світ маркетингу і логістики". Випуск 8).
13. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг : Навч. посібник / Н.В. Куденко. – Київ : КНЕУ, 2005. – 152 с.
14. Кузик О. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія. Навчальний посібник / Олег Кузик. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 240 с.
15. Куценко В. М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2003. — 184 с.
16. Луцій О. П. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / Луцій О. П., Новікова І. В. ; за наук. ред. Луцій О. П. ; Європейський ун-т. – Київ : Видавництво Європейського університету, 2005. – 95 с.
17. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / Л. В. Балабанова (ред.). – 3-тє вид., перероб. і допов. – Київ : Знання, 2004. – 354 с. (Серія «Вища освіта ХХІ століття»).
18. Маркетинговий менеджмент. Навчальний посібник / За ред. Штефанича Дмитра Андрійовича. – Тернопіль: Економічна думка, 2015. – 241 с.
19. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навчально-методичний посібник / Укладач: І.Я.Мендела. – Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. – 102 с.
20. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посіб. / В. П. Пелішенко. – Київ : ЦНЛ, 2003. – 200 с.
21. Циба Т.Є. Маркетингове планування [Текст] : навч. посібник / Т.Є. Циба, М.І. Сокур, В. І. Баюра. – Київ : Центр учб. л-ри, 2007. – 128 с.
22. Череп А. В. Стратегічне планування і управління [Текст] : навч. посібник / А. В. Череп, А. В. Сучков. – Київ : Кондор, 2011. – 334 с.
23. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посібник / В. М. Щербань. – Київ : Центр учб. л-ри, 2006. – 224 с.
24. Яцишина Л. К. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посібник / Л. К. Яцишина. – Київ : Медінформ, 2013. – 323 с.

Додаткові

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : [учебник для вузов] / Г. Ассель. – М. : Инфра-М, 2008. – 804 с.
2. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М.: АО «Финстатинформ», 2005. – 234 с.
3. Брайсон Джон М. Стратегічне планування для державних і неприбуткових організацій : Пер. з англ / Джон М. Брайсон. – Львів : Літопис, 2004. – 352 с.
4. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта [Текст] : учеб. пособие / Т. С. Бронникова. – Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2016. – 224 с.
5. Бурлаков А. Н. Стратегический маркетинг / А. Н. Бурлаков, С. С. Голик; Т. И. Чаюн. – Винница : Изд. Комплекс «PUBLISHING DESIGN», 2005. – 88 с.
6. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання : навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – Київ : КНЕУ, 2000. – 360 с.
7. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии [пер. с англ.] / Дойль П. – 3-е изд. – С.Пб.: Питер, 2003. – 544 с.
8. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
9. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації [Текст] + [Електронний ресурс] : монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ. - 2010. – 259 с.
10. Карпенко Н. В. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства [Текст] : монографія / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 278 с.
11. Карпенко Н. В. Управління маркетингом на торговельному підприємстві [Текст] / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія "Економічні науки". – Полтава : ПУЕТ. - 2018. – № 1. – С. 62–67.

12. Карпенко Н. В. Методологічні засади цільової ринкової орієнтації підприємства / Н. В. Карпенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : СумДУ. - 2012. – № 4. – С. 154–160.
13. Карпенко Н. В. Маркетингові стратегії ринкової активності підприємств / Н. В. Карпенко // Економічний аналіз : зб. наук. праць, Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2012. – Вип. 10. – Частина 4. – С. 139-142.
14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 752 с.
15. Котлер Ф. , Келлер К. Маркетинг менеджмент / Кевин Келлер, Филип Котлер. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 848 с.
16. Кревенс Д. Стратегический маркетинг [Текст] : пер. с англ / Д. Кревенс. – 6-е изд. – Москва : Изд. дом "Вильямс", 2008. – 512 с.
17. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
18. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] : стратегический и операционный маркетинг : учебник / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас, Изабель Шулинг. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 720 с. : ил. – (Классика МВА).
19. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 379 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.
20. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [Текст] : монографія / за заг. ред. Н. В. Карпенко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – 252 с.
21. О’Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О’Шонесси; пер. с англ. под ред. И.В. Крылова. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
22. Перси Л. Стратегическое планирование рекламных кампаний [Текст] : пер. с англ. / Л. Перси, Р. Эллиот. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2008. – 416 с.
23. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
24. Ридинг Клайв. Стратегическое бизнес-планирование [Текст] : динамическая система повышения эффективности и обеспечения конкурентного преимущества / Клайв Ридинг. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 384 с.
25. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг [Текст] : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 368 с.
26. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-е вид., перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.
27. Эткисон Дж. Стратегический маркетинг: ситуации, примеры : учебное пособие / Эткисон Дж., Уилсон Й. ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 471 с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов’язковим компонентом. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (10 балів); обговорення матеріалу занять (12 балів); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (12 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (6 балів)	60
Іспит	40
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни