



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонент освітньої програми – обов'язковий (5 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий(магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Буднікевич Ірина Михайлівна, д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/ Нікульча Валентин Анатолійович, к.е.н., асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/nikulcha-valentyn-anatoliiovych/ Гончар Вадим Іванович, к.е.н., асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/honchar-vadym-ivanovych/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua v.nikulcha@chnu.edu.ua v.gonchar@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Освітній компонент «Стратегічний маркетинг» є нормативною складовою фахової підготовки майбутніх магістрів спеціальності «Маркетинг» та відіграє інтегруючу роль у структурі освітньої програми, синтезуючи знання суміжних дисциплін професійного циклу для їх практичного застосування на рівні стратегічних управлінських рішень. Дисципліна формує у студентів розуміння принципів та інструментів стратегічного маркетингу та їх застосування в діяльності компаній. Студенти опанують навички застосування результатів аналізу ринкового середовища, конкурентів і споживачів для розробки ефективних маркетингових стратегій, а також прийняття обґрунтованих рішень з урахуванням міжфункціональних зв'язків і довгострокових перспектив. Курс готує майбутніх магістрів з маркетингу до професійної діяльності, розвиваючи стратегічне мислення та вміння адаптувати маркетингові стратегії до динамічних ринкових умов.

Мета навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг». Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок аналізу ринкового середовища, а також розробки, реалізації та управління маркетинговими стратегіями, що забезпечують досягнення цілей організації з урахуванням її ресурсів, ринкових умов, міжфункціональних зв'язків і довгострокових перспектив.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Стратегічний маркетинг: концепції, принципи, роль у бізнесі
Тема 2. Стратегічне маркетингове планування та Agile-маркетинг
Тема 3. Стратегічне сканування маркетингового середовища для формування стратегічних альтернатив
Тема 4. Маркетингові стратегії в управлінні бізнес-портфелем
Тема 5. Модель STP-маркетингу та конкретні маркетингові стратегії
Тема 6. Маркетингові стратегії зростання
Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії
Тема 8. Маркетингові стратегії сталого розвитку
Тема 9. Особливості розробки маркетингових стратегій для міжнародних ринків
Тема 10. Інтеграція цифрових технологій у стратегічний маркетинг

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

- Словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
- Кейс-метод.
- Ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції.
- Проектні завдання (індивідуальні та командні проекти).
- Методи візуалізації результатів для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань.
- Робота з інформаційними ресурсами.
- Самостійна робота для виконання індивідуальних завдань.
- Підготовка тез/доповіді на конференцію, створення матеріалів для виступів на конференціях або семінарах.
- Участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.
- Реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.
- Інтерактивні технології.
- Вивчення вітчизняних практик.
- Інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.
- Неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.
- Робота з програмним забезпеченням для аналізу даних для оцінки ефективності маркетингових стратегій.
- Пітчінг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами.
- Інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
- Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.
- Оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).
- Оцінювання творчих (креативних) проєктів, у тому числі рекламних кампаній, брендингових концепцій, контенту для соціальних мереж.
- Тести або оцінювання практичних завдань.
- Оцінювання результатів ділових ігор.
- Оцінювання командних проєктів (розробка стратегічного плану чи кампанії та інші).
- Створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних чи гіпотетичних даних.
- Оцінювання наукових чи практичних матеріалів, підготовлених для конференцій чи публікацій.
- Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів.
- Оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок.
- Виконання практичних маркетингових завдань у реальних або змодельованих умовах (наприклад, розробка стратегії для реальної компанії чи стартапу).

Підсумковий контроль – іспит в усній формі.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS). Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагиату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ:

- *допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);*
- *не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;*

- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з проблематики стратегічного маркетингу.
2. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив (MAMI). URL: <https://mami.org.ua/ru/>
3. The Marketer's Toolkit 2025. URL: <https://www.warc.com/en/feed/introducing-the-marketer%E2%80%99s-toolkit-2025-27ac2674894d48f59075f4ecd2de8663>
4. Brandwatch – Digital Marketing Trends 2025. URL: <https://www.brandwatch.com/reports/digital-marketing-trends-2025/>
5. Digital Marketing Trends For 2025 And Beyond. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/11/13/digital-marketing-trends-for-2025-and-beyond/>
6. Global Consumer Trends 2025. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/consumer-trends-2025/>
7. Influencer Marketing Benchmark Report 2026. URL: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
8. Influencer marketing guide for 2025: strategies, trends & tools. URL: <https://dmexco.com/stories/influencer-marketing-guide-for-2025-strategies-trends-tools/>
9. Marketing Trends 2026. URL: <https://www.kantar.com/campaigns/marketing-trends>
10. Marketing Trends of 2025 (Deloitte Digital). URL: <https://www.deloittedigital.com/nl/en/insights/perspective/marketing-trends-2025.html>
11. Pinterest Predicts™: Top Trends for 2026. URL: <https://business.pinterest.com/ru/pinterest-predicts/>
12. Retail & Consumer Trends 2026. URL: <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/perspectives/retail-trends.html>
13. Social Media Trends 2026 (Hootsuite). URL: <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
14. State of the Consumer 2026 (McKinsey). URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/state-of-consumer>
15. The 2026 State of Marketing Report (HubSpot). URL: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
16. The State of Influencer Marketing 2026 (Aspire). URL: <https://www.aspire.io/guides/the-state-of-influencer-marketing-2026>
17. Курс: «Цифрові медіа та маркетингові стратегії». URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing-strategies/>
18. Курс: Успішний стартап: від ідеї до масштабування. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/successful-startup/>
19. Курс: CASE STUDY: як вирішувати складні завдання в бізнесі та в житті. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/case-study/>
20. Курс «Стратегічне маркетингове управління бізнес- і соціальними проектами». URL: <https://vumonline.ua/course/strategic-marketing-management/>
21. Дія: Основи створення маркетинг-стратегії. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/osnovi-stvorennia-marketing-strategii>
22. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/>
23. SWOT-аналіз. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis

ПОКЛИКАННЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ ОСВІТЬОГО КОМПОНЕНТА «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1fopMWHGDyR2s1C5Nlfr89e8-Jf5LcfIZ>