



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (5 кредитів)

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Освітньо-професійна програма</b> | Менеджмент туристичної індустрії   |
| <b>Спеціальність</b>                | D3 Менеджмент  |
| <b>Галузь знань</b>                 | D Бізнес, адміністрування та право   |
| <b>Рівень вищої освіти</b>          | перший (бакалаврський)   |
| <b>Мова навчання</b>                | українська   |
| <b>Профайл викладача (-ів)</b>      | Романюк Н. В., к.е.н., асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку,<br><a href="https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/romaniuk-nadiia-vasylivna/">https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/romaniuk-nadiia-vasylivna/</a><br>Данілова О.М., к.с.-г.н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту<br><a href="https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobotnyky/professorsko-vykladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaiivna/">https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobotnyky/professorsko-vykladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaiivna/</a> |
| <b>Контактний тел.</b>              | 0372 58-48-54  |
| <b>E-mail:</b>                      | n.romanyuk@chnu.edu.ua<br>o.danilova @chnu.edu.ua  |
| <b>Сторінка курсу в Moodle</b>      | <a href="https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1244">https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1244</a>  |
| <b>Консультації</b>                 | згідно графіку консультацій викладачів кафедри   |

### АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Маркетинг» належить до переліку нормативних (обов'язкових) навчальних дисциплін за освітнім рівнем «бакалавр», що пропонується в рамках циклу професійної підготовки здобувачів вищої освіти на другому році навчання.

Вона забезпечує формування у студентів професійно-орієнтованої компетентності системного світобачення та спрямована на засвоєння теоретичних і практичних знань з маркетингу, як необхідної складової для прийняття ефективних управлінських рішень з урахуванням тенденцій змін маркетингового середовища.

**Мета навчальної дисципліни:** формування у студентів – майбутніх менеджерів наукового світогляду та знань з теорії, методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності підприємства.

### НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

| МОДУЛЬ 1. «КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ»                                |  |
|--|--|
| Тема 1.  | Сутність, види та концепції маркетингу.                            |
| Тема 2.  | Маркетингове середовище підприємства                               |
| Тема 3.  | Система маркетингової інформації. Процес маркетингових досліджень. |
| Тема 4.  | Вивчення потреб і поведінки споживачів.                            |
| Тема 5.  | Сегментування, як складова цільового маркетингу                    |
| Тема 6   | Позиціонування, як складова цільового маркетингу.                  |
| МОДУЛЬ 2. «Формування та управління маркетинговим комплексом підприємства» |  |
| Тема 7   | Маркетингова товарна політика підприємства.                        |
| Тема 8.  | Маркетингова цінова політика підприємства.                         |
| Тема 9.  | Формування та управління каналами розподілу.                       |
| Тема 10.   | Маркетинговий комунікаційний комплекс підприємства.                |
| Тема 11  | Електронний маркетинг  |

|         |   |
|---------|---|
| Тема 12 | Маркетингове планування. Маркетингові стратегії   |
| Тема 12 | Організація та контроль маркетингової діяльності. |

## ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються: словесні методи - лекція, бесіда, пояснення, дискусія, інструктаж; практичні методи; наочні методи - демонстрація відео, презентації; методи стимулювання пізнавального інтересу - ситуаційні завдання, виконання проєктів, кейси; самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК; тренінги, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження.

## ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Основними формами поточного контролю є усний контроль (індивідуальне та фронтальне опитування, захист практичних робіт, захист проєктів, презентації результатів виконаних завдань та досліджень); письмовий контроль (модульні контрольні роботи, практичні роботи, ситуаційні завдання, кейси); тестування.

Формою підсумкового контролю – є екзамен.

## 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 навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

✓ "Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича"  
<https://www.chnu.edu.ua/media/bky15klw/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>;

✓ "Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича"  
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/>

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 863 с. URL: <https://diamail.com.ua/PDF/978-617-7812-04-2/content.pdf>
2. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/letunovska.htm](https://tourlib.net/books_ukr/letunovska.htm)
3. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://surl.li/drqtX>
4. Маркетинг : навч. посіб. / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко ; за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: <http://surl.li/afrbxm>
5. Маркетинг: світовий досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 484 с. URL: <http://surl.li/skfdmz>
6. Маркетинг : підручник / Р. І. Буряк та ін. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 537 с. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/10368>
7. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <http://surl.li/cmltiz>
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://surl.li/infckb>

9. Софієнко А. В., Шукліна В. В., Набока Р. М. Теоретичний маркетинг : навч. посіб. Херсон : ФОР Вишемирський, 2021. 494 с. URL: <http://surl.li/kadprs>
10. Данілова О. М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств туристичної сфери. У: Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3 ч. / В. П. Руденко та ін. Чернівці, 2019. С. 122–185. URL: <http://surl.li/krguau>
11. Данілова О. М. Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу. У: Менеджмент туристичної індустрії: освітньо-наукові домінанти : колективна монографія / В. П. Руденко та ін. Чернівці : ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2024. С. 280–312. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10605>
12. Бабух І. Д., Романюк Н. В. Маркетинговий аналіз товарної політики підприємства: цілі, завдання, перспективи. Економіка і регіон. 2024. Т. 1 (92). С. 87–93. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/3313>
13. Дьячук І. В., Бурдяк О. М., Романюк Н. В. ESG-маркетинг як інструмент формування довгострокової стійкості брендів. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2025. № 47. С. 225–237. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1871>
14. Зав'ялова М. В., Романюк Н. В., Ковбас Г. І. Актуальні тенденції попиту споживачів. Економіка та суспільство. 2024. № 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3658>
15. Романюк Н. В. Маркетинговий комплаєнс і товарна політика. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2025. № 46. С. 494–502. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1841>
16. Романюк Н. В. Маркетингова документація як інструмент управління інноваційними продуктами. Підприємництво і торгівля. 2024. № 42. С. 55–63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-08>
17. Романюк Н. В., Тарасов І. Ю., Гавриш І. І. Аналіз впливу креативної економіки. Економіка та суспільство. 2023. № 57. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3231>
18. Ємчук Т. В., Підгірна В. Н., Данілова О. М. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Т. 31 (70), № 3. URL: [http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31\\_70\\_3/31\\_70\\_3\\_1.pdf](http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1.pdf)
19. Данілова О., Підгірна В., Олійник В. Сучасні тренди маркетингових досліджень екотуристичного ринку. Науковий вісник ЧНУ. Серія Економіка. 2024. Вип. 2. URL: <https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/206>
20. Іваненко В. О., Близнюк С. В., Данілова О. М. Аналіз застосування Google Ads у стратегіях цифрового маркетингу. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2025. № 11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-11-11596>
21. Данілова О., Огонюк Н. Геомаркетинг як інструмент просторового аналізу. Науковий вісник ЧНУ. Серія: Географія. 2025. № 854. С. 107–118.
22. Данілова О. М., Паламарюк М. Ю., Марчук Г. В. Маркетинг екскурсійної діяльності в природоохоронних установах. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 5 (102). С. 120–127.
23. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : офіційний сайт. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
24. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam.in.ua/ukr/>
25. Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив. URL: <https://mami.org.ua/uk/>