



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «КЕЙС-СТАДІ»

Компонент освітньої програми - вибірковий (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Нікульча Валентин Анатолійович, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/nikulcha-valentyn-anatoliiovych/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	v.nikulcha@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=8429
Консультації	понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Характеристика навчальної дисципліни (спрямованість, роль навчальної дисципліни, її місце в структурі професійної підготовки майбутніх фахівців).

Спрямованість дисципліни. Навчальна дисципліна «Кейс-стаді» спрямована на формування у студентів компетентностей щодо аналізу бізнес-процесів, ключових факторів розвитку та успіху сучасних компаній у різних галузях. Дослідження реальних кейсів успішних компаній дозволяє студентам зрозуміти джерела формування конкурентних переваг, розглянути ефективні бізнес-моделі, маркетингові підходи, що сприяють сталому розвитку підприємств. Важливою складовою курсу є аналіз не лише успішних прикладів, а й невдач компаній, що дає змогу виявити типові помилки та запобігти їх повторенню у практичній діяльності.

Роль навчальної дисципліни. Під час вивчення дисципліни основну увагу приділено питанням конкуренції, диференціації товарів і послуг, впливу технологій на бізнес та методам реагування на кризові ситуації. Студенти отримують навички роботи з джерелами інформації, оцінки основних показників, що відображають результати діяльності компаній на

ринку, пропозиції власних альтернативних рішень на основі отриманих даних. Це формує у майбутніх спеціалістів необхідні компетенції для аналізу ринку та розуміння ролі маркетингу у розвитку компаній, що є ключовими факторами успіху у сучасному бізнес-середовищі

Місце дисципліни в структурі професійної підготовки. Дисципліна «Кейс-стаді» є вибіркоким компонентом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і формує первинне уявлення про основи маркетингової діяльності, оскільки через аналіз реальних бізнес-кейсів сприяє розвитку загальноекономічного мислення, умінню аналізувати факти, робити висновки на основі даних та формулювати власну аргументовану позицію. Здобуті студентами компетентності надалі поглиблюються та конкретизуються під час вивчення маркетингових дисциплін.

Мета навчальної дисципліни «Кейс-стаді»: формування у студентів навичок аналізу реальних бізнес-ситуацій, оцінки поточних тенденцій розвитку ринку, виокремлення і дослідження ключових факторів успіху та джерел формування конкурентних переваг, причин невдач підприємств у різних галузях. В рамках курсу студенти ознайомляться з методами прийняття управлінських рішень, аналізу ринкового середовища, фінансових показників та маркетингових стратегій на основі вивчення практичних кейсів. Особлива увага приділяється оцінці впливу конкурентного середовища, технологічних інновацій та глобалізації на розвиток компаній, а також розробці рекомендацій щодо покращення бізнес-стратегій.

Максимальна кількість студентів, які можуть записати на курс – 20 осіб.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Основи кейс-стаді: суть, завдання дослідження
Тема 2. Кейс-стаді у ресторанному бізнесі: як досягти успіху у сфері громадського харчування
Тема 3. Автомобілебудування: стратегії розвитку та конкурентна боротьба
Тема 4. Електроніка та технологічні гіганти: інновації як драйвер успіху
Тема 5. Ритейл та електронна комерція: як змінюється торгівля у цифрову епоху
Тема 6. Авіаційний та космічний бізнес: комерційні польоти та майбутнє колонізації Марсу
Тема 7. Креативні індустрії: музика, стрімінгові сервіси та digital-контент
Тема 8. Геймінг та кіберспорт: як ігрова індустрія стала мільярдним бізнесом

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Форми навчання: лекції; дуальні лекції; практичні заняття; консультації; самостійна робота для виконання індивідуальних завдань; робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами, інші види індивідуальних та групових завдань.

Методи навчання: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація для поглиблення теоретичних знань тощо); кейс-метод (бізнес-кейси, індивідуальні або командні для вирішення реальних маркетингових задач); реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних, вивчення вітчизняних практик, аналіз успішних маркетингових кейсів; методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, інфографіка, ілюстрації, відеоматеріали тощо) для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань; участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів (стейкхолдерів) для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

Освітні технології навчання: неформальна освіта; використання системи електронного навчання Moodle та навчальної платформи Google Classroom; використання інтерактивних платформ Kahoot!, Mentimeter, Slido.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Презентація результатів самостійних завдань.
- Оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, включаючи обґрунтування маркетингових рішень.
- Оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).
- Створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних чи гіпотетичних даних.
- Зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів.

Підсумковий контроль – залік у тестовій 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 плагіату 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-yuriia-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-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenyumy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-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. Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/> – авторитетне видання з аналітичними статтями та кейсами у сфері бізнесу та менеджменту.
2. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/> – міжнародне ділове видання, що висвітлює питання підприємництва, інвестицій та економіки.
3. Bloomberg. URL: <https://www.bloomberg.com/> – глобальний ресурс з фінансовими новинами, аналітикою ринків та бізнес-трендами.
4. The Wall Street Journal. URL: <https://www.wsj.com/> – американське видання з глибоким аналізом фінансів, бізнесу та економіки.
5. Financial Times. URL: <https://www.ft.com/> – міжнародне видання, що висвітлює фінансові та ділові новини.
6. The Economist. URL: <https://www.economist.com/> – авторитетне джерело аналітичних матеріалів щодо світової економіки та бізнесу.
7. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/> – консалтингова компанія, що публікує дослідження з бізнес-стратегій та розвитку компаній.
8. Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/> – ресурс з аналітикою та інсайтами у сфері бізнесу, інновацій та ринкових тенденцій.
9. Deloitte Insights. URL: <https://www.deloitte.com/ua/uk.html> – публікації, що охоплюють стратегії управління, цифрову трансформацію та інновації.
10. KPMG. URL: <https://home.kpmg/> – сайт з дослідженнями щодо фінансів, управління бізнесом та міжнародного ринку.
11. Ernst & Young (EY). URL: <https://www.ey.com/> – глобальна платформа для аналізу економічних трендів та фінансових стратегій.

12. Statista. URL: <https://www.statista.com/> – статистична база даних з ринкових досліджень, індустріальних трендів та економічних показників.
13. IBISWorld. URL: <https://www.ibisworld.com/> – галузеві звіти та ринковий аналіз для різних секторів економіки.
14. MarketWatch. URL: <https://www.marketwatch.com/> – новини та аналітика фінансових ринків, інвестицій та економічних тенденцій.
15. CNBC. URL: <https://www.cnbc.com/> – бізнес-новини, аналітика фондових ринків та економічні огляди.
16. Reuters. URL: <https://www.reuters.com/> – міжнародне агентство новин з детальним висвітленням подій у бізнесі та економіці.
17. The New York Times - Business. URL: <https://www.nytimes.com/section/business> – розділ бізнесу у провідному американському виданні, що містить огляди компаній та ринків.
18. Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com/> – медіаплатформа з аналітичними статтями про технології, стартапи та фінансові ринки.
19. TechCrunch. URL: <https://techcrunch.com/> – ресурс про технологічні інновації, стартапи та IT-бізнес.
20. Crunchbase. URL: <https://www.crunchbase.com/> – база даних про компанії, стартапи, венчурні інвестиції та підприємців.

***ПОКЛИКАННЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ ОСВІТНЬОГО
КОМПОНЕНТА «КЕЙС-СТАДІ»***

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PP8nsVIBUsOxZa3iAZ5Y15NaV_4RgTeq