



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ У ГАЛУЗЯХ І СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (5 кредитів)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	<p>Буднікевич Ірина Михайлівна доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/</p> <p>Крупенна Інга Анатолівна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/krupenna-inha-anatoliivna/</p>
Контактний тел.	+38 0372509465
Е-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua i.krupenna@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3275
Консультації	Вівторок 12:30 -14:30 Четвер 8:40 – 9:40

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення курсу «Маркетинг у галузях і сферах діяльності» спрямоване на надання здобувачам освіти кваліфікації та різносторонніх компетенцій з маркетингу з урахуванням специфіки різноманітних видів господарської діяльності, які дають можливість фахівцю більш ефективно працювати у різних галузях та сферах діяльності сучасної економіки. Логіка дисципліни побудована в такий спосіб, щоб усвідомлення проблематики запропонованих

до розгляду тем сприяло пошуку можливих варіантів її розв'язання.

Метою дисципліни «Маркетинг у галузях і сферах діяльності» є формування знань щодо базових категорій галузевого маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності підприємств та організацій різних галузей та сфер економіки, пріоритетів розвитку у сучасних умовах; формування у студентів нового економічного мислення, адекватного ринковим відносинам; формування системи знань про сутність і зміст сучасних концепцій маркетингу в креативних індустріях, опанування системи процесу маркетингової діяльності креативних індустрій; формування навичок аналізувати реальні економічні процеси з точки зору маркетингу; навчити студентів практичним прийомам обґрунтування рішень у сфері галузевого маркетингу.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Сутність маркетингу в креативних індустріях.
Тема 2. Маркетинг музеїв.
Тема 3. Маркетинг дизайнерських послуг
Тема 4. Маркетинг народних промислів і ремесел
Тема 5. Торговельний маркетинг
Тема 6. Територіальний маркетинг
Тема 7. Маркетинг освіти
Тема 8. Маркетинг індустрії гостинності
Тема 9. Маркетинг в агропромисловому комплексі
Тема 10. Промисловий маркетинг

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні).

МН3 – ділові гри;

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.

МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

МО3 – аналітичні звіти, реферати.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань

МО6 – командні результати ділових ігор.

МО7 – командні результати проєктних завдань.

МО9 – підсумковий контроль – екзамен.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти, крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

Підсумковий контроль – екзамен.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

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». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;

- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwb/polozhennia-chnu-pro-plahi-plusdodatky-31102023.pdf>

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Буднікевич І.М., Вардеванян В.А. та ін. Маркетинг для бакалаврів : робочий зошит / Уклад. : І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, та ін.; за ред. Буднікевич І.М. Чернівці: Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2019. 208 с.
2. Заруба В.Я., Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібної торгівлі. Харків: НТУ «ХП», 2019. 106 с.
3. Краут Д., Райс Е. Маркетингові війни. В-во «Фабула», 2019. 240 с.
4. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 351 с.
5. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг. К.: Центр учбової літератури, 2009. 776 с.
6. Маркетинг для бакалаврів : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є.Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, Н.Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. 2-ге видання перероблене та доповнене. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. 360 с.
7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності / І. Буднікевич, О. Баранник, О. Кифяк, І. Немцева, С. Скибінський, І. Черданцева.; за ред. І.М. Буднікевич. К.: ЦУЛ, 2017. 560 с
8. Рега М. Г. Маркетинг галузей: навчальний посібник. Мукачево : РВЦ МДУ, 2015. 228 с.
9. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с.

10. ТОП-14 світових онлайн-галерей та арт-маркетплейсів для колекціонерів сучасного мистецтва. URL: <https://kyiv.gallery/statii/top-14-svitovyh-onlain-galerei-ta-art-marketpleisiv-dlia-kolektsioneriv-suchasnogo-mystetstva>
11. Черчик Л.М. Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 1. С. 95-103.
12. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 304 с.
13. 30 політик для розвитку креативних індустрій. URL: https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/sme-policy-2027-creative-industries-respol.pdf
14. Creative Economy Outlook 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>

Інформаційні ресурси

1. http://www.unwto.org/index_r.php – Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації.
2. <http://www.gortis.info/> - Практика ринкових досліджень.
3. <http://www.bci-marketing.aha.ua/> - Практичний маркетинг.
4. juno.emeraldinsight.com/vl=2929816/cl=56/nw=1/rpsv/ejm.htm - European Journal Of Marketing.
5. <http://www.elsevier.nl/locate/indmarman> - Industrial Marketing Management.
6. <http://www.marketingpower.com/live/content.php?> - Journal of Marketing.

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«МАРКЕТИНГ У ГАЛУЗЯХ І СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1xeX03wQceVk1_BVcUqS9e-_bRm9wonSt