СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ГЕОГРАФІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Географія
Спеціальність	014.07 Середня освіта (Географія)
Галузь знань	01 Освіта/Педагогіка
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Данілова О.М., к. с.-г. н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobitnyky/profesorsko-vykladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaivna/
Контактний тел.	+380663509270
E-mail:	o.danilova @chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=2231
Консультації	згідно графіку консультацій викладачів кафедри

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Основи географічного менеджменту і маркетингу» належить до переліку вибіркових навчальних дисциплін за освітнім рівнем «бакалавр», що пропонується до вибору здобувачам вищої освіти на четвертому році навчання.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів наукового світогляду та базових знань з теорії, методології менеджменту та маркетингу, вироблення вмінь і практичних навичок використання методів, принципів та інших інструментів менеджменту та маркетингу для ухвалення ефективних управлінських рішень у сфері професійної діяльності.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. «Суть та основоположні принципи системи управління»	
Тема 1.	Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Менеджмент в системі географічної освіти та регіонального розвитку
Тема 2.	Еволюція управлінських підходів.
Тема 3.	Прийняття управлінських рішень. Прийняття управлінських рішень у географічній та освітній практиці.
Тема 4.	Планування та організовування як загальні функції менеджменту. Планування й організація освітніх і географічних проєктів.

Тема 5.	Мотивування як загальна функція менеджменту. Мотивація в освітньому процесі.
Тема 6	Керівництво та лідерство.
МОДУЛЬ 2. «Концептуальні основи географічного маркетингу»	
Тема 7	Сутність маркетингу та розвиток його концепцій
Тема 8.	Маркетингові інформаційні системи та маркетингові дослідження
Тема 9.	Маркетингові дослідження потреб і поведінки споживачів. Дослідження освітніх запитів і потреб.
Тема 10.	Цільовий маркетинг. Сегментування ринку освітніх послуг України.
Тема 11	Маркетинговий комплекс. Інструменти просування територій, туристичних і освітніх продуктів
Тема 12	Геомаркетинг – інноваційна форма 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 - презентації; методи стимулювання пізнавального інтересу - ситуаційні завдання, виконання проєктів, кейси; самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК; тренінги, майстер-класи від запрошених стейкголдерів; 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 іспит.**

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» (http://surl.li/pmlsui), «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» (https://surl.li/liqfko).

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(покликання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

1. Основи менеджменту: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнесадміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с. https://ela.kpi.ua/handle/123456789/41193
2. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf
3. Підгірна В.Н. Менеджмент: тренінговий курс : навч.практ. Чернівці : Чернів.нац.у-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 160 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/3233
4. Данілова О.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств туристичної сфери. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-ох частинах/ В. П. Руденко, В.Я.Вацеба, В.Н.Підгірна та ін. Чернівці, 2019. С.122-185. URL : http://surl.li/krguau
5. Данілова О.М. Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу. Менеджмент туристичної індустрії : освітньо-наукові домінанти : колективна монографія / Руденко В.П., Підгірна В.Н., Наконечний К.П. та ін. Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. С.280-312. URL : https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10605
6. Данілова О., Підгірна В., Олійник В. Сучасні тренди маркетингових досліджень екотуристичного ринку. Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Серія Економіка : зб. наук. праць. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2024. Вип. 2. URL : https://journals.chnu.chernivtsi.ua/index.php/econom/article/view/206
7. Іваненко В. О., Близнюк С. В., Данілова О. М. Аналіз застосування Google Ads у сучасних стратегіях цифрового маркетингу: оцінка результативності рекламних кампаній. Інтернаука. Серія: "Економічні науки". 2025. № 11. URL : https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-11-11596
8. Данілова О., Огонюк Н. Геомаркетинг як інструмент просторового аналізу туристичної конкурентоспроможності регіонів. Науковий вісник Чернівецького університету: Географія. 2025. №854. С.107-118. URL : https://journals.chnu.edu.ua/geoscience/article/view/989/1002
9. Данілова О.М., Паламарюк М.Ю., Марчук Г.В. Маркетинг екскурсійної діяльності в природоохоронних установах: інструменти, стратегії та тенденції розвитку. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 5 (102). С.120-127. URL : http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_102_2025_ukr/16.pdf
10. Данілова О.М., Підгірна В.Н., Ємчук Т.В. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.* Серія: Економіка і управління. Том 31 (70). 3. 2020. С. 143-149. URL : http://surl.li/lvukal
11. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: Підручник Київ : Вид-во «Діалектика», 2020. 863 с. URL : https://diamail.com.ua/PDF/978-617-7812-04-2/content.pdf
12. Маркетинг [Електронний ресурс] : 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
13. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL : http://surl.li/afrbxm
14. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. - К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. - 537 с. URL : https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/10368
15. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL : http://surl.li/infckb
16. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : http://surl.li/kadprs11. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг:

Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : http://surl.li/kadprs
17. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL : http://www.nbuv.gov.ua/
18. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL : https://www.uam.in.ua/ukr/
19. Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив. URL : https://mami.org.ua/uk/
20. UrbiStat – Geomarketing & Market Research (2025). URL : URL:https://www.urbistat.com/geomarketing-ukraine/

Детальна інформація щодо вивчення курсу «Основи географічного менеджменту і маркетингу» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни