



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (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, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
Е-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/mod/quiz/view.php?id=63857
Консультації	понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Стратегічний маркетинг» формує у студентів розуміння принципів стратегічного маркетингу та їх застосування в діяльності компаній. Студенти опанують навички аналізу ринкового середовища, конкурентів і споживачів, розробки ефективних маркетингових стратегій, а також прийняття обґрунтованих рішень з урахуванням міжфункціональних зв'язків і довгострокових перспектив.

Курс готує майбутніх маркетологів до професійної діяльності, розвиваючи стратегічне мислення та вміння адаптувати маркетингові стратегії до динамічних ринкових умов. Він буде корисним для тих, хто прагне працювати у сфері маркетингу, бізнес-аналітики чи стратегічного управління.

Мета навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг». Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок із 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 ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Стратегічний маркетинг: концепції, принципи, роль у бізнесі
Тема 2. Стратегічне маркетингове планування та Agile-маркетинг
Тема 3. Стратегічний аналіз маркетингового середовища організації
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

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

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

МН2 – кейс-метод.

МН3 – ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції.

МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти).

МН5 – методи візуалізації результатів для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань.

МН6 – робота з інформаційними ресурсами.

МН7 – самостійна робота для виконання індивідуальних завдань.

МН 8 – підготовка тез/доповіді на конференцію, створення матеріалів для виступів на конференціях або семінарах.

МН9 – участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.

МН 12 – інтерактивні технології.

МН13 – вивчення вітчизняних практик.

МН 14 – інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.

МН16 – оцінювання знань через тести або практичні завдання.

МН17 – неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.

МН21 – робота з програмним забезпеченням для аналізу даних для оцінки ефективності маркетингових стратегій.

МН23 – інтеграція маркетингових рішень із фінансовими, операційними чи управлінськими аспектами.

МН24 – пітчінг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами.

МН 25 – інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень, результатів досліджень.

МО3 – оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

МО5 – оцінювання творчих (креативних) проектів, у тому числі рекламних кампаній, брендингових концепцій, контенту для соціальних мереж.

МО6 – оцінювання результатів ділових ігор.

МО7 – оцінювання командних маркетингових проектів (розробка стратегічного плану чи

кампанії та інші).

МО8 – створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних чи гіпотетичних даних.

МО10 – підсумковий контроль – іспит в усній формі.

МО11 – оцінювання наукових чи практичних матеріалів, підготовлених для конференцій чи публікацій.

МО12 – оцінювання через самотестування або анкети з оцінки власних компетенцій, SWOT-аналіз власних навичок.

МО13 – зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання, пов'язаних із маркетингом.

МО15 – оцінювання презентацій у форматі пітчінгу перед викладачами чи стейкхолдерами для розвитку комунікаційних навичок.

МО16 – оцінювання цифрових навичок, роботи з аналітичними інструментами (Google Analytics, SEMrush) або створення цифрового контенту (наприклад, рекламних матеріалів для соціальних мереж).

МО17 – виконання практичних маркетингових завдань у реальних або змодельованих умовах (наприклад, розробка стратегії для реальної компанії чи стартапу).

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/n5nbzwwg/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023-plusdodatky-31102023.pdf>

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. 2025 Global Meetings and Events Forecast. URL: <https://www.amexglobalbusinessstravel.com/meetings-events/me-forecast/>
3. Brandwatch – Digital Marketing Trends 2025. URL: <https://www.brandwatch.com/reports/digital-marketing-trends-2025/>
4. Digital Marketing Trends For 2025 And Beyond. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/11/13/digital-marketing-trends-for-2025-and-beyond/>
5. Global Consumer Trends 2025. Explore the latest global consumer Insight and Inspiration for CPG Marketers and Innovators. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/consumer-trends-2025/>
6. Influencer Marketing Benchmark Report 2025. URL:

- <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
7. Influencer marketing guide for 2025: strategies, trends & tools. URL: <https://dmexco.com/stories/influencer-marketing-guide-for-2025-strategies-trends-tools/>
 8. Marketing Trends 2025. URL: <https://www.kantar.com/campaigns/marketing-trends>
 9. Marketing Trends of 2025. Embracing change and gearing up for the future. URL: <https://www.deloittedigital.com/nl/en/insights/perspective/marketing-trends-2025.html>
 10. Pinterest – Predicts Report 2025. URL: <https://business.pinterest.com/ru/pinterest-predicts/>
 11. Retail Trends 2025. URL: <https://www.deloitte.com/dk/en/Industries/consumer/perspectives/retail-trends.html>
 12. Social Media Trends 2025. URL: https://www.hootsuite.com/research/social-trends?srsId=AfmBOoqHNNewnMOlShXfG8tL-CO_l2Z3qmswATm90GGbGAK3hQ0dCtgGu
 13. State of the Consumer 2025: When disruption becomes permanent. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/state-of-consumer>
 14. The 2025 State of Marketing Report. URL: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
 15. The Marketer’s Toolkit 2025. URL: <https://www.warc.com/content/feed/introducing-the-marketers-toolkit-2025/10060>
 16. The State of Influencer Marketing 2025. URL: <https://www.aspire.io/guides/the-state-of-influencer-marketing-2025>
 17. Курс: «Цифрові медіа та маркетингові стратегії». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Illinois+DMMS101+2023_T3
 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. Дія: Основи створення маркетинг-стратегії. URL: https://business.diaa.gov.ua/entrepreneur-handbook/item/osnovi_stvorennya_marketing_strategiyi
 21. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/
 22. Інтернет-архів. URL: <https://archive.org/>
 23. https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis

**Детальна інформація щодо вивчення курсу
«СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»**

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>