

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-08-309 S

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни

**SYLLABUS**

<b>УПРАВЛІННЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГУ</b>		<b>COMPLEX MANAGEMENT MARKETING</b>
<b>Шифр за ОП</b>	<b>БК 5.2</b>	<b>Code in Degree Programme</b>
Освітній рівень: <b>магістерський (другий)</b>		Educational level: <b>master's (second)</b>
Галузь знань Управління та адміністрування	<b>07</b>	Field of Knowledge Management and administration
Спеціальність <b>Менеджмент</b>	<b>073</b>	Specialty: <b>Management</b>
Освітня програма: <b>Менеджмент організацій і адміністрування</b>		<b>Educational Program: Organization management and administration</b>

РІВНЕ - 2023

Силабус навчальної дисципліни «Управління комплексом маркетингу» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою *Менеджмент організацій і адміністрування, 073 Менеджмент*. Рівне. НУВГП. 2023. 10 с.

ОПП на сайті університету: <https://start.nuwm.edu.ua/osvitni-prohramy/item/menedzhment-menedzhment-orhanizatsii-i-administruvannia-m>

Розробник силабусу: Безтелесна Л.І., д.е.н., професор кафедри менеджменту, професор

Силабус схвалений на засіданні кафедри менеджменту  
Протокол № 21 від “29”серпня 2023року

Завідувач кафедри: Кожушко Л.Ф. д.т.н. професор.

Керівник ОП Судук О.Ю. к.с.-г. н. доцент.

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки і менеджменту  
Протокол № 1 від "31"серпня 2023 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: Ковшун Н.Е., д.е.н., професор

© Безтелесна Л.І., 2023  
© НУВГП, 2023

<b>ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*</b>	
Ступінь вищої освіти	Магістр
Освітня програма	<i>Менеджмент організацій і адміністрування</i>
Рік навчання, семестр	<i>1 рік навчання, 1 семестр</i>
Кількість кредитів	3
Лекції:	<i>16 денна /2 заочна</i>
Практичні заняття:	<i>14 денна /6 заочна</i>
Самостійна робота:	<i>60 денна /82 заочна</i>
Курсова робота:	<i>Ні</i>
Форма навчання	<i>Денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*</b>	
<b>ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА</b>	
	Безтелесна Л.І., д.е.н., професор кафедри менеджменту, професор
Вікіситет	<a href="http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php">http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php</a>
ORCID	0000-0002-0262-9334
Як комунікувати	<a href="mailto:l.i.beztelesna@nuwm.edu.ua">l.i.beztelesna@nuwm.edu.ua</a> Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE
<b>ПРО ДИСЦИПЛІНУ</b>	
Анотація навчальної дисципліни, в т.ч. мета та цілі	Управління комплексом маркетингу є інструментом забезпечення прибуткової діяльності підприємства та його конкурентоспроможності. Вдала організація комплексу маркетингу дає можливість підприємству глибоко пізнати свого споживача та швидко реагувати на зміни його смаків, потреб та вимог, що є головним критерієм діяльності менеджерів.

Мета вивчення дисципліни – засвоєння основ теоретичного і практичного управління комплексом маркетингу.  
Цілі дисципліни - сформувати компетентності щодо технологій та методів організації маркетингової роботи в організації.

<p>Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle</p>	<p><a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/26659">http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/26659</a></p>
<p>Компетентності</p>	<p>ІК Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів; СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління організацією; СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління організацією в непередбачуваних умовах; ПРН3. Проектувати ефективні системи управління організаціями; ПРН6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень у непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність; ПРН7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті; ПРН13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).</p>
<p>Перелік соціальних, «м’яких» навичок (soft skills)</p>	<p>ЗК 2.3 здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)</p>
<p>Структура освітньої компоненти</p>	<p>Зазначено нижче</p>
<p>Методи оцінювання та структура оцінки</p>	<p>Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні завдання з тем курсу, вчасно здати модульні контролі знань. Кількість балів за виконання кожного завдання наведена у таблиці «Бюджет часу навчальної дисципліни за формами навчання».</p>

Студенти можуть отримати додаткові бали за: виконання додаткових завдань дослідницького характеру за темою курсу. Тему дослідницької роботи можуть вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

Модульний контроль проходить у формі тестування. У тесті 30 запитань різної складності: рівень 1 – 26 запитань по 0,5 бали (13 балів), рівень 2 – 2 запитань по 2 бали (4 бали), рівень 3 – 1 запитання по 3 бали (3 бали). Усього – 20 балів.

Порядок проведення поточних і семестрових контролів та інші документи, пов'язані з організацією оцінювання та порядок подання апеляцій наведений на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням - <https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти	Курс вивчається в першому семестрі другого року навчання і базується на знаннях отриманих при вивченні дисциплін менеджмент організацій, лідерство та управління командою, психолого-педагогічні основи професійної діяльності, стратегічне планування, креативний менеджмент
Поєднання навчання та досліджень	Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу. В освітньому процесі використовуються наукові досягнення викладача курсу 1.Безтелесна Л.І., Пляшко О.С., Малков Д.І. Громадське харчування як індикатор якості життя людських ресурсів та соціально-економічного розвитку суспільства. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права: серія економічна. 2019. Випуск 22. 2.Безтелесна Л.І., Паламарчук О.С. Інноваційний розвиток будівельних підприємств на локальному рівні. Бізнес Інформ. 2020.№2.С.193-202.
Інформаційні ресурси	1.Крикавський Є. В Маркетинг та менеджмент: навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львівська політехніка. 2016. 96 с. 2.Луцяк В. В. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / 4 Луцяк В. В., Пронько Л. М., Колесник Т. В. Вінниц. нац. аграр. ун-т. 2019. 231 с. 3. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th Edition. PEARSON, 2016. 556 p. I 4. Безтелесна Л.І. Управління продажами. Рівне.НУВГП.-.2023.108с. 5. Ентоні Яннаріно Інструкція ефективного продавця. – К.:Видавництво Наш формат, 2020 – 192 с.
Дедлайни та перескладання	<b>ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)*</b> Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/">http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/</a> . Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно <a href="http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty">http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty</a> . Оголошення стосовно дедлайнів задачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <a href="https://exam.nuwm.edu.ua/">https://exam.nuwm.edu.ua/</a>

Правила академічної доброчесності	<p>За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.</p> <p>За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.</p> <p>Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <a href="http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj">http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj</a></p>
Вимоги до відвідування	<p>Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. Якщо є довідка про хворобу чи іншу поважну причину то студенту не потрібно відпрацьовувати пропущене заняття. Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/">http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/</a></p> <p>При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE <a href="https://exam.nuwm.edu.ua">https://exam.nuwm.edu.ua</a></p> <p>Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки.</p>
Неформальна та інформальна освіта	<p>Студенти мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного положення <a href="http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita">http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita</a>.</p> <p>Студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опановувати матеріал для перезарахування результатів навчання.</p>
<b>ДОДАТКОВО</b>	
Правила отримання зворотної інформації про дисципліну*	<p>Здобувач вищої освіти має право звертатися до викладача за додатковим поясненням матеріалу теми, змісту практичних завдань, самостійної роботи та ІНДЗ протягом семестру усно (під час занять), корпоративною електронною поштою або через систему повідомлень Moodle.</p> <p>Викладач призначає консультації для аналізу самостійної роботи студентів. Відвідування таких консультацій є добровільним.</p> <p>Консультації можуть проводитися онлайн із застосуванням сервісу Join Hangouts Meet.</p> <p>Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами. Результати опитування студентам надсилають обов'язково.</p> <p>Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»:  <a href="http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja">http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja</a>  <a href="http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja">http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja</a>  <a href="http://nuwm.edu.ua/sp/rezuljtati-opituvannja">http://nuwm.edu.ua/sp/rezuljtati-opituvannja</a></p>
Оновлення*	<p>За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових досягнень в управлінні комплексом маркетингу.</p>
Навчання осіб з інвалідністю	<p>Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням <a href="http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju">http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju</a></p>

<p>Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання</p>	<p>У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача. Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами. До викладання курсу долучені працівники, що займаються маркетингом ПВКФ «Фіалка» та продажем послуг To3B «ЗАГРАВА ГЕЙМС».</p>
<p>Інтернаціоналізація</p>	<p>Електронні бібліотеки:  <a href="http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/korisni-posilannya/elektronni-biblioteki">http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/korisni-posilannya/elektronni-biblioteki</a>  Як знайти статтю у Scopus:  <a href="http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/biblioteka/novini/item/506-v-dopomohu-avtoram">http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/biblioteka/novini/item/506-v-dopomohu-avtoram</a>  Можливості доступу до електронних ресурсів та сервісів:  <a href="http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/biblioteka/novini/item/516-mozhlyvosti-dostupu-do-resursiv-i-servisiv">http://lib.nuwm.edu.ua/index.php/biblioteka/novini/item/516-mozhlyvosti-dostupu-do-resursiv-i-servisiv</a>  Студенти можуть бути залучені (за їх згодою) до участі у підготовці грантових заявок на участь у міжнародних конкурсах та участі в інших громадських ініціативах.</p>

## Структура та зміст освітнього компонента

### Лекційні заняття

#### Змістовний модуль 1. Особливості управління комплексом маркетингу в організації

1. Сутність, значення і завдання управління комплексом маркетингу
 

Опис теми. Сутність управління комплексом маркетингу. Завдання управління комплексом маркетингу. Еволюція інструментів управління комплексом маркетингу. Міфи і можливості комплексу маркетингу.
2. Створення маркетингового відділу в організації
 

Опис теми. Визначення ролі відділу маркетингу в організації. Способи взаємодії відділу маркетингу і продажу. Конверсія відділу маркетингу.
2. Розробка комплексу маркетингу за класичною концепцією 4P
 

Опис теми. Стратегії продукту (витрат виробництва, унікальної цінності, унікального продукту, якості продукту, сервісу, нішева, розширення категорії). Цінові стратегії (традиційні товари без суттєвих відмінностей та потужних точок диференціації: справедливої ціни, агресивного входу і розширення, диференціації цін, преміальних цін, постійно низьких цін; товари із потужними точками диференціації, які важко подолати

конкурентам: цінового лідерства, слідування за лідером; нові інноваційні товари: «збирання вершків», максимального охоплення, раціонального прибутку. Стратегії каналів продажу: прямі, непрямі, мережевого продажу. Стратегії промоції: традиційної реклами, цифрового маркетингу, промоції в точках продажу, подій та PR.

Змістовний модуль 2. Практика реалізації управління комплексом маркетингу в організації

### 3. Маркетинговий план: сутність і структура

Опис теми. Сутність маркетингового плану та його призначення. Елементи маркетингового плану: аналітична частина, креативна частина, планувальна (маркетинговий комплекс за концепціями 4P, 8P чи 12P, способи та інструменти просування продукції на ринку, часові рамки та послідовність їх застосування). Структура маркетингового плану: 1) розробка: аналіз ринку, конкурентного середовища, оцінка внутрішніх можливостей, розробка та оцінка можливих варіантів, вибір та формалізація обраної стратегії; 2) брендинг та позиціонування: вивчення цільового ринку, створення бренд-платформи, розробка позиціонування; 3) маркетинговий комплекс за концепціями 4P.8P чи 12P.

### 4. Модель AIDA та трансформація споживача

Опис теми. Сутність моделі AIDA. Типи споживачів організації. Механізм їх трансформації. Дії маркетологів та застосовані інструменти/заходи.

### 5. Мотивація роботи відділу маркетингу

Опис теми. Важливість відбору персоналу для відділу маркетингу. Критерії та показники оцінювання роботи відділу маркетингу та його працівників. Воронка продажу та її конверсія. Структура мотивації маркетолога.

### 6. Контроль та оцінка ефективності управління комплексом маркетингу в організації

Опис теми. Кінцевий, попередній та проміжний контроль. Критерії, показник та методи контролю. Розрахунок ефективності.

### 7. Особливості управління комплексом маркетингу у вітчизняних організаціях

Опис теми. Об'єктивні та суб'єктивні причини відношення до комплексу маркетингу у вітчизняних організаціях. Розвиток управління комплексом маркетингу у вітчизняних організаціях.

## **Тематика практичних занять**

### **Практичне заняття 1**

#### **Створення маркетингового відділу в організації**

Обґрунтувати доцільність створення відділу маркетингу у структурі організації. Спроекувати організаційну структуру та визначити його вартість. Розрахувати конверсію діяльності відділу маркетингу.

### **Практичне заняття 2**

#### **Розробка комплексу маркетингу за класичною концепцією 4P**

Побудувати маркетингові стратегії за класичною концепцією 4P: продукту, ціни, сервісу та промоції для конкретної організації.

### **Практичне заняття 3**

#### **Маркетинговий план: сутність і структура**

Розробити маркетингові плани за концепціями 4P, 8P і 12 P.

### **Практичне заняття 4**

#### **Модель AIDA та трансформація споживача**

Опишіть портрет споживача організації. Покажіть на якому етапі трансформації він знаходиться. Відобразіть застосовані інструменти трансформації споживача на кожному етапі. Запропонуйте новітні інструменти.

### **Практичне заняття 5**

#### **Мотивація роботи відділу маркетингу**

Розробка системи мотивації відділу маркетингу та працівника . Проектування фіксованої та змінної частини. Проектування системи показників КРІ структурного підрозділу та окремого працівника.

### **Практичне заняття 6**

#### **Контроль та оцінка ефективності управління комплексом маркетингу в організації**

Розробка критеріїв, показників та методів контролю роботи відділу маркетингу. Розрахунок ефективності роботи відділу маркетингу..

### **Практичне заняття 7**



## **Особливості управління комплексом маркетингу у вітчизняних організаціях**

Опис новітніх інструментів застосовуються в управлінні комплексом маркетингу в організації і ті, що можуть бути використанні в майбутньому.

**Лектор, д.е.н., професор**

**Л.І.Безтелесна**

Автор  
Професор

Людмила БЕЗТЕЛЕСНА

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП  
Номер документа СИЛ №957 від [sDateTime\_SignWriteAgree\_Last]  
Підписувач Сорока Валерій Степанович  
Підписувач (дані КЕП): [oSignECP.sSigner\_Sert]  
Сертифікат 58E2D9E7F900307B04000000807E2D0054327D00