

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол № 1 від “26” серпня 2024 р.
Зав. кафедри



— Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Ступінь: магістр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник
Приймак Н.С.
доцент, д.е.н.

2024 – 2025 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова дисципліна (спеціальності 073 «Менеджмент», 076 «Підприємництво та торгівля», 075 «Маркетинг»)
Семестр (осінній / весняний)	весняний
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість змістових модулів	2
Лекції, годин	32
Практичні / семінарські, годин	32
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	86
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4,0
самостійної роботи студента	5,4
Вид контролю	екзамен

2. Мета та завдання дисципліни

Ціль - вивчення принципів, завдань і функцій управління маркетинговою діяльністю підприємства, засвоєння алгоритмів, стратегій та політики організації, планування, реалізації та контролювання цих процесів.

Основними завданнями дисципліни є:

- ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та процесами маркетингового менеджменту;
- набуття навичок організації маркетингу на підприємстві та створення маркетингових організаційних структур;
- вивчення прийомів маркетингового планування;
- опанування навичками розробки та аналізу маркетингових стратегій;
- вивчення прийомів маркетингового стратегічного планування;
- вивчення місця товару (послуги) у управлінні підприємством та маркетингом, опанування методик оцінювання товарів та послуг для обґрунтування управлінських рішень;
- вивчення сутності маркетингових програм та підходів до їх розробки;
- опанування прийомами контролю та аналізу маркетингової діяльності підприємства.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є відносини, що виникають у сфері управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрямки забезпечення її ефективності.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту.

Тема 2. Організація маркетингу на підприємстві.

Тема 3. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві.

Тема 4. Сутність і система маркетингового планування.

Тема 5. Стратегії маркетингу.

Тема 6. Маркетингове стратегічне планування.

Тема 7. Маркетингові програми.

Тема 8. Товари та послуги в маркетинговому менеджменті. Оцінка товарів та послуг підприємства.

Тема 9. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
Змістовий модуль 1. Сутність та особливості організації маркетингового менеджменту на підприємствах					
Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту	16	4	4	-	8
Тема 2. Організація маркетингу на підприємстві	16	4	4	-	8
Тема 3. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	18	4	4	-	10
Тема 4. Сутність і система маркетингового планування	18	4	4	-	10
Разом за змістовим модулем 1	68	16	16	-	36
Змістовий модуль 2. Реалізація маркетингового менеджменту на підприємстві					
Тема 5. Стратегії маркетингу	16	4	4	-	8
Тема 6. Маркетингове стратегічне планування	14	2	2	-	10
Тема 7. Маркетингові програми	14	2	2	-	10
Тема 8. Товари та послуги в маркетинговому менеджменті. Оцінка товарів та послуг підприємства	16	4	4	-	8
Тема 9. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства	22	4	4	-	14
Разом за змістовим модулем 2	82	16	16	-	50
Усього годин	150	32	32	-	86

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Кількість годин
1.	Семінар – розгорнута бесіда Сутність маркетингового менеджменту	2
2.	Семінар – розгорнута бесіда Маркетинговий менеджмент як процес підприємства	2

№ з/п	Вид та тема заняття	Кількість годин
3.	Семінар запитань і відповідей Організація маркетингового менеджменту	2
4.	Семінар – дискусія Організація маркетингових структур	2
5.	Семінар з виконанням практичних завдань Організація жорстких та м'яких маркетингових структур	2
6.	Семінар запитань і відповідей Організація маркетингових структур різних типів	2
7.	Семінар запитань і відповідей Сутність маркетингового планування	2
8.	Семінар з виконанням практичних завдань Система маркетингового планування підприємств	2
9.	Семінар з виконанням практичних завдань Стратегії маркетингу	2
10.	Семінар з виконанням практичних завдань Специфіка формування стратегії маркетингу підприємств різного типу	2
11.	Семінар з виконанням практичних завдань Сутність маркетингового стратегічного планування	2
12.	Семінар – дискусія Сутність та значення маркетингових програм, їх різновиди	2
13.	Семінар запитань і відповідей Місце товарів та послуг у маркетинговій діяльності підприємства	2
14.	Семінар з виконанням практичних завдань Оцінка товарів та послуг підприємства	2
15.	Семінар запитань і відповідей Аналіз маркетингової діяльності підприємства	2
16.	Семінар запитань і відповідей Контроль маркетингової діяльності підприємства. Захист групових проектів	2
Разом		32

5. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у 100 балів: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарського/практичного заняття	Вид роботи/бали					Сума балів
	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	
	Тестові завдання,	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК/Захист групових проектів	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
1		1	1			2
2	2					2
3			1		1	2

№ теми семінарського/ практичного заняття	Вид роботи/бали					Сума балів
	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	
	Тестові завдання,	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК/Захист групових проектів	Завдання для самостійного виконання	
4	1	1				2
5		1				1
6	1	1				2
7		1	1		1	3
8	2	1				3
				5		5
Разом змістовий модуль 1	6	6	3	5	2	22
Змістовий модуль 2						
9	2	1			1	4
10	1	1				2
11	2	1	1			4
12	1	1	1		1	4
13		1	1			2
14	2	1			1	4
15	1		1			2
16		1				1
				5		5
Разом змістовий модуль 2	9	7	4	5	3	28
Разом	15	13	7	10	5	50

Оцінювання студентів протягом семестру (заочна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
20	20	10		

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ЄКТС	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	