



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинговий менеджмент»
“Marketing Management”

Освітньо-наукової програми: «Менеджмент»
 Спеціальність: D3 «Менеджмент»
 Галузь знань: D «Управління та адміністрування»

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента вибору фахового переліку
Курс	1 (перший)
Семестр	2 (другий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 год
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Предмет вивчення дисципліни є теоретичні, методичні та практичні засади розробки і прийняття комплексних стратегічних управлінських рішень широкого спектру знань з синтезу принципів, методів та засобів маркетингу і менеджменту, зокрема, планування, бюджетування та процесу стратегічного управління, розроблення продукту та його брендінгу, реклами та просування, продажу та інтегрованих маркетингові комунікації.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Метою дисципліни є формування у здобувачів системи теоретичних знань й практичних навичок у сфері маркетингового менеджменту. Дисципліна дає можливість оволодіти знаннями про сучасні концепції та організацію маркетингового менеджменту як процесу цілеспрямованого формування та координації усіх дій підприємства, пов'язаних з ринковою діяльністю на рівні підприємства, на рівні ринку та на рівні суспільства в цілому.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>ПРН 01. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема, статистичні методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.</p> <p>ПРН 04. Розробляти та реалізовувати наукові та прикладні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику у галузі бізнесу та адміністрування, розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми менеджменту, виходячи з концепції сталого розвитку, із дотриманням норм академічної етики і врахуванням соціальних, етичних, економічних, екологічних та правових аспектів.</p> <p>ПРН 06. Планувати і виконувати наукові і прикладні дослідження з менеджменту та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми; складати пропозиції щодо фінансування досліджень та/або проектів.</p> <p>ПРН 07. Здійснювати апробацію та впровадження результатів власних досліджень у сфері менеджменту.</p> <p>ПРН 10. Проводити оригінальні наукові дослідження з менеджменту та дотичних міждисциплінарних напрямів, досягати наукових результатів, що створюють нові знання для розв'язання актуальних проблем теорії та практики управління підприємствами та організаціями авіаційної та інших галузей і секторів економіки, виходячи з положень концепції сталого розвитку, з використанням сучасного методичного інструментарію, інформаційних систем та технологій.</p>

<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>Інтегральні компетентності: ІК1. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі управління та адміністрування, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, застосовувати новітні методології наукової та педагогічної діяльності, здійснювати власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.</p> <p>Загальні компетентності: ЗК 02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері менеджменту на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.</p> <p>Спеціальні (фахові) компетентності: СК 01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у менеджменті і дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. СК 05. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми у сфері менеджменту підприємств та організацій авіаційної та інших галузей і секторів економіки в умовах глобальних викликів, виходячи з концепції сталого розвитку та захисту інтересів майбутніх поколінь. СК 06. Здатність розв'язувати проблеми управління сталим розвитком національного господарства, його складових, окремих підприємств і організацій авіаційної та інших галузей на основі застосування системи сучасних знань зі специфіки стратегічного, проектного та інноваційного менеджменту, управління змінами та ризиками.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Модуль 1. «Теорія і методи маркетингового менеджменту» Сутність, завдання та сучасний стан розвитку маркетингового менеджменту. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища. Стратегії маркетингової сегментації. Формування марочного капіталу та позиціонування торговими марками. Модуль 2. «Система маркетингового менеджменту підприємства» Система бренд-менеджменту та інтегровані маркетингові комунікації. Брендінг. Сучасні підходи в просування цінностей. Процес стратегічного планування. Маркетинговий план підприємства. Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Методи навчання: бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, підготовка есе. Форми навчання: очна (денна, вечірня), заочна</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Навчальна дисципліна «Маркетинговий менеджмент» базується на знаннях таких дисциплін: «Проектний менеджмент», «Управління змінами та ризиками інноваційної діяльності підприємств авіаційної та суміжних галузей економіки», «Стратегічне управління підприємствами авіаційної та суміжних галузей економіки»</p>

Інформаційне забезпечення	<p>Навчальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент. URL: http://westudents.com.ua/glavy/37655-rozdl-1-rozumnyamarketingovogo-menedjmentu.html 2. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с. 3. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг інновацій» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 073 «Менеджмент» за освітньо-професійною програмою «Менеджмент» / Укладачі: Карімов Г.І., Стеблюк Н.Ф. Кам'янське: ДДТУ, 2022. 64 с. 4. Язвінська Н. В. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг». КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 37 с. 5. Маркетинг у сферах діяльності. Методичні вказівки до проведення практичних занять / Укл. І.П. Милько. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2024. 58 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/24060 6. Sak, T., Lialiuk, A., Mylko, I., & Savchuk, Y. (2024). Brand value on the ukrainian dairy market: innovative assessment methodology and 38 development of marketing strategies. ECONOMICS - INNOVATIVE AND ECONOMICS RESEARCH JOURNAL, 12(3). URL: https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0043 7. Яроміч, С., Бекетова, О., & Бресєва, Є. Маркетинговий менеджмент у сфері послуг: філософія бізнесу, інструментарій та сучасні тренди. Підприємництво та інновації, 2022. 59-66. https://doi.org/10.37320/2415-3583/22.10 8. Савицька Н.Л., Михайлова М.В. Маркетинговий менеджмент: навчально-методичний посібник. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2024. 72 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	<p>Аудиторії кафедри менеджменту Факультету менеджменту, фінансів та маркетингу (2 корпус). Проведення занять здійснюється в аудиторіях, оснащених сучасним інформаційно-комунікаційним обладнанням: технічними засобами аудіо- і відео-відтворення інформації, доступом до мережі Інтернет. При проведенні аудиторних занять використовуються комп'ютерні класи з сучасною комп'ютерною технікою, об'єднаною в локальну мережу з підключенням та необмеженим доступом до Інтернету та відповідним програмним забезпеченням, та спеціалізовані кабінети з навчальними стендами, необхідними медіа-засобами та іншими інформаційними системами та програмними продуктами, що застосовуються в менеджменті.</p>
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульна контрольна робота, залік
Кафедра	Кафедра менеджменту
Факультет	Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу (ФМФМ)

Викладач(і)		НАУМОВ ОЛЕКСАНДР БОРИСОВИЧ Посада: в.о. завідувача кафедри Вчене звання: професор Науковий ступінь: д.е.н. Профайл викладача: https://orcid.org/0000-0003-4808-0241 https://mzedp.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2025/11/Naumov_CV.pdf Тел.: +38 (044) 406 76 47 E-mail: naumov.oleksandr@npp.kai.edu.ua Робоче місце: 2.206a
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс. Відмінність дисципліни від інших – застосування міждисциплінарного підходу на основі поєднання управлінських, маркетингових та організаційно-економічних складових до вивчення сучасних наукових концепцій, моделей, методів і технологій маркетингового менеджменту підприємств.	
Лінк на дисципліну	Після формування групи слухачів створюється кабінет в Google Classroom з необхідними матеріалами для навчання	
Максимальна кількість слухачів	50	

Розробник



Олександр НАУМОВ

В.о. завідувача кафедри



Олександр НАУМОВ

