



**СИЛАБУС**  
**навчальної дисципліни**  
**«ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ**  
**ДІЯЛЬНОСТІ»**



Спеціальність: **075 «Маркетинг»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни*</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
<b>Семестр</b>	Весняний семестр
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин</b>	3 кредитів / 90 годин
<b>Мова викладання</b> (українська, англійська)	Українська
<b>Що буде вивчатися (предмет навчання)</b>	Принципи, форми та методи організації відділу маркетингу, як ланки управління, основні типові моделі інтегрованих маркетингових структур, вивчення методологічних та організаційних прийомів побудови різних структур відділу маркетингу задля забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства.
<b>Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)</b>	Курс спрямований на одержання студентами знань в галузі маркетингу та організації маркетингової діяльності підприємства задля прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо організації його ефективної маркетингової діяльності та ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими підрозділами підприємства.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;</li> <li>– вміння будувати структуру відділу маркетингу відповідно до потреб та цілей підприємства задля забезпечення його ефективної маркетингової діяльності;</li> <li>– визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;</li> <li>– виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення;</li> <li>– вміння творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	Знання принципів, форм та методів організації відділу маркетингу, основних типових моделей інтегрованих маркетингових структур, а також організаційних прийомів побудови різних структур відділу маркетингу дозволять застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, виявляти та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення щодо ефективної маркетингової діяльності підприємства та ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими підрозділами підприємства.

<b>Навчальна логістика</b>	<b>Зміст дисципліни:</b> Організація відділу маркетингу, як ланки управління. Основні принципи організації відділу маркетингу та його функції. Організаційні структури відділу маркетингу. Основні типові моделі інтегрованих маркетингових структур. Структури відділу маркетингу: функціональна, регіональна, товарна (продуктова), сегментна, матрична організаційна структура. Зв'язок маркетингових служб з іншими відділами підприємства. Контроль маркетингової діяльності. <b>Види занять:</b> лекції, практичні, самостійна робота <b>Методи навчання:</b> словесні, наочні, практичні; групова дискусія; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення). <b>Форми навчання:</b> очна (offline, online), заочна
<b>Пререквізити</b>	Базується на знаннях таких дисциплін, як: «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Управління продажем».
<b>Пореквізити</b>	Є додатковою базою для вивчення таких дисциплін як: «Маркетингова товарна політика», «Маркетинг програмного продукту та послуг», «Управління маркетингом на електронному ринку», «Інноваційний маркетинг».
<b>Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ</b>	<b>Начальна та наукова література:</b> <b>Науково-технічна бібліотека НАУ:</b> 1.Петруня Ю.Є. Маркетинг: навчальний посібник / МОН України. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2010. 351 с. 2.Овечкіна О.А., Солоха Д.В., Іванова К.В., Морева В.В. Планування маркетингу: навчальний посібник / МОН МС України. Донецьк: Цифрова типографія, 2012. 350 с. 3.Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / МОН. 5-е вид., доп. Київ: Лібра, 2007. 718 с. 4.Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник / МОН України, Одеський державний економічний університет. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 184 с. <b>Робоча програма (посилання на репозитарій):</b>
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторії теоретичного навчання, комп'ютерний клас кафедри маркетингу, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік, тестування, практичне завдання
<b>Кафедра</b>	маркетингу
<b>Факультет</b>	економіки та бізнес-адміністрування
<b>Викладач</b>	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="flex-grow: 1;"> <p><b>ШЕВЧЕНКО АННА ВАЛЕРІЇВНА</b></p> <p><b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу  <b>Вчене звання:</b> доцент  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Профайл викладача:</b>  <a href="http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/158-shevchenko-anna-valerijivna">http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/158-shevchenko-anna-valerijivna</a>  <b>Тел.:</b> +380(44) 406-77-43  <b>E-mail:</b> anna.shevchenko@npp.nau.edu.ua</p> </div> </div>

	<b>Робоче місце: 2.203</b>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс
<b>Лінк на дисципліну</b>	