ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

Відділення бакалаврської підготовки

Кафедра бізнес-економіки та маркетингу

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	**DP138. Планування маркетингової діяльності на підприємстві / Planning of Marketing Activity at the Enterprise**
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Галузь знань	07 «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Семестр	5
Курс	3
Анотація курсу	Дисципліна є базовою складовою навчального плану, циклудисциплін, які формують професійні компетентності фахівців з маркетингу. Здобувачі освіти отримують теоретичні знання та набувають практичних навичок щодо процесу стратегічного і тактичного планування маркетингової діяльності та комплексу маркетингу на підприємстві. Завдання дисципліни: вивчення сутності та концепції маркетингового планування; видів маркетингових планів; принципів та основних етапів процесу маркетингового планування; особливостей процесу маркетингового стратегічного та тактичного планування на підприємстві. Здобувачі освіти набувають вміння формувати маркетинговий план підприємства; застосовувати стратегії маркетингу в практиці при управлінні сучасним підприємством в умовах невизначеності; планувати і реалізовувати процес стратегічного маркетингу підприємства; формувати маркетингові стратегічні цілі підприємства; розробляти маркетингові програми; здійснювати процес маркетингового планування комплексу маркетингу на підприємстві.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=608
Мова викладання	українська
Лектор курсу	канд. економ. наук: Маренич Анатолій Іванович канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті E-mail: marenychai@gmail.com
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	http://csbc.edu.ua/programs.php
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
Перелік програмних результатів навчання	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 19. Демонструвати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства з урахуванням особливостей розвитку регіону.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 120 Кількість кредитів – 4 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних занять – 23 Кількість годин для самостійної роботи студентів – 75 Форма підсумкового контролю – екзамен
Методи навчання	Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації), кейси, дискуси.
Зміст дисципліни	
Тема 1. Теоретико-методологічні основи маркетингового планування	Поняття планування та його місце в діяльності підприємства. Етапи процесу планування. Визначення поняття «маркетингове планування», його об'єкт та особливості.
Тема 2. Система маркетингового планування на підприємстві	Методологічні аспекти маркетингового планування. Організація маркетингового планування. Вертикальна диференціація маркетингового планування. Горизонтальна диференціація та інтеграція маркетингового планування.

Тема 3. Організація процесу збору інформації та прогнозування	Методи отримання даних для маркетингового планування. Ситуаційний аналіз у маркетинговому плануванні. Маркетингове прогнозування.
Тема 4. Реалізація маркетингових планів та маркетинговий контроль	Маркетинговий план, структура та зміст. Організація процесів маркетингового планування. Планування бюджету маркетинґу.
Тема 5. Товарна політика підприємства як об'єкт маркетингового планування	Особливості планування товарної політики. Визначення стратегічних та оперативних цілей підприємства відповідно до життєвого циклу товару. Етапи проведення планування товарної політики підприємств. Планування товарного асортименту.
Тема 6. Особливості планування цінової політики	Визначення стратегічних та оперативних планів цінової політики. Особливості маркетингового планування ціни на підприємстві. Етапи планування цінової політики підприємства.
Тема 7. Особливості планування розподільчої діяльності підприємства	Стратегічні та тактичні цілі розподільної політики підприємства. Планування каналів розподілу розподільчо-збутової системи. Планування стратегій маркетингової логістики.
Тема 8. Планування заходів комунікаційної політики підприємства	Стратегічні й тактичні цілі планування комунікаційної політики. Принципи планування комунікаційної політики підприємства. Планування рекламної діяльності підприємства

Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.

Підсумковий контроль

Відбуватися у формі іспиту.

Розрахунок підсумкової оцінки

Для предметів з іспитом: Підсумкова оцінка (О) розраховується як сума балів за роботу в семестрі (**S**) та балів за іспит (**Т**), кожен з яких має максимальну вагу 100 балів. Вагові коефіцієнти для обох компонентів однакові та дорівнюють **0,5**.

Формула: О=(S×0.5)+(Т×0.5)

Для предметів із заліком: Підсумкова оцінка базується виключно на балах, накопичених протягом семестру (**S**). Ваговий коефіцієнт у цьому випадку становить **1**. Формула: О=S×1

Накопичування балів з навчальної дисципліни: поточний контроль	
Види навчальної роботи	**Загальна кількість балів**
Практична робота за темами по 5 балів	45
Модульні контрольні (2 к.р. по 10 балів)	20
Тестування	15
Індивідуальна самостійна робота (проєкт)	20
Разом	**100**

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної роботи

Критерії оцінювання усних відповідей:

5 б. - Відповідь повна, логічно послідовна та глибока, із чітким розкриттям теми. Студент правильно використовує терміни, приклади та демонструє розуміння матеріалу. Мова грамотна, виразна та структурована.

4 б. - Відповідь загалом правильна і зрозуміла, але має незначні неточності або неповне розкриття теми. Використання термінів та прикладів правильне, проте менш ґрунтовне. Мова здебільшого грамотна, хоч і менш впевнена.

3.б. - Відповідь частково розкриває тему, присутні помилки чи неповнота аргументації. Використання термінів поверхове або неточне. Мова маловиразна, є труднощі з послідовністю викладу.

2.б. - Відповідь фрагментарна, з численними помилками і суттєвими прогалинами у знаннях. Логіка викладу слабка, приклади або терміни майже не використовуються. Мова рвана, із значними труднощами у формулюванні думок.

1.б. - Відповідь не розкриває тему, складається з уривчастих або неправильних тверджень. Відсутнє використання необхідних понять і прикладів. Мова хаотична, відповіді не зрозумілі.

Критерії оцінювання практичних робіт:

5 б.- Робота виконана повністю, без суттєвих помилок і з дотриманням усіх вимог. Завдання розкрито правильно та самостійно, із використанням прикладів чи додаткових пояснень. Оформлення охайне, структуроване й зрозуміле.

4 б. - Робота виконана правильно, але є незначні неточності або неповне розкриття завдання. Студент у цілому володіє матеріалом, однак приклади чи пояснення менш повні. Оформлення здебільшого акуратне, але не завжди послідовне.

3.б.- Робота має помилки або пропуски, частина завдання розкрита поверхово. Є

труднощі з правильним застосуванням понять і правил. Оформлення нечітке, зі слабкою структурою.
2.б. - Робота виконана частково, з численними помилками й суттєвими недоліками. Студент демонструє неповне розуміння завдання. Оформлення недбале, без чіткої логіки.
1.б. - Робота практично не виконана або містить лише окремі неправильні елементи. Завдання не розкрито, знання не продемонстровано. Оформлення відсутнє або хаотичне.

Критерії оцінювання модульних робіт

10 б.- Робота виконана без помилок, тема повністю розкрита й аргументована. Використані теоретичні знання та приклади, які свідчать про глибоке розуміння матеріалу. Оформлення бездоганне, логічне та структуроване.
9 б. - Робота майже бездоганна, допущені лише поодинокі неточності. Тема розкрита ґрунтовно, з прикладами та правильним використанням понять. Оформлення акуратне й послідовне.
8 б. - Робота правильна в основному, але є кілька дрібних помилок чи пропусків. Тема розкрита достатньо повно, однак без додаткової аргументації. Оформлення чітке, проте не завжди послідовне.
7 б. - Робота виконана загалом правильно, але частина матеріалу розкрита поверхово. Допущені неточності у термінах чи прикладах. Оформлення має недоліки.
6 б.- Робота виконана частково з помилками у викладенні матеріалу. Тема розкрита неповністю, аргументація слабка. Оформлення нечітке й фрагментарне.
5 б. - У роботі значна кількість помилок і неточностей. Тема розкрита поверхово, знання матеріалу недостатнє. Оформлення недбале, відсутня логіка викладу.
4 б. - Робота виконана лише частково, більшість відповідей неправильні. Тема майже не розкрита, матеріал засвоєний слабо. Оформлення хаотичне й неструктуроване.
3 б. - Робота містить окремі правильні елементи, але в цілому неправильна. Тема залишилася нерозкритою, знання дуже слабкі. Оформлення мінімальне й неакуратне.
2 б. - Робота практично не виконана, правильних відповідей майже немає. Знання матеріалу відсутні. Оформлення відсутнє або хаотичне.
1 б. - Робота не виконана або складається з неправильних та уривчастих відповідей. Завдання не розкрито зовсім. Оформлення відсутнє.

Критерії оцінювання індивідуальних робіт (проєктів)

20 б. - Проєкт виконаний на високому науковому й практичному рівні, з повним розкриттям теми. Є оригінальні ідеї, приклади та глибокий аналіз. Оформлення бездоганне, структуроване й творче.
19 б. - Проєкт майже бездоганний, із незначними несуттєвими недоліками. Тема розкрита повно, з використанням аргументів і прикладів. Оформлення акуратне й продумане.
18 б. - Робота якісна, проте містить кілька дрібних неточностей. Тема розкрита широко, але без додаткової глибини чи новизни. Оформлення правильне, хоч і менш креативне.
17 б. - Проєкт виконаний добре, але має певні недоліки у змісті чи структурі. Тема загалом розкрита, однак аналіз недостатньо глибокий. Оформлення послідовне, але не завжди чітке.
16 б. - Робота правильна в основному, однак є окремі помилки у фактах чи логіці. Тема розкрита неповністю. Оформлення охайне, проте без творчого підходу.
15 б. - Проєкт виконаний задовільно, але з помітними недоліками у змісті. Тема подана спрощено, прикладів і аналізу мало. Оформлення просте, місцями неакуратне.
14 б. - Робота містить значні неточності, частина матеріалу викладена поверхово. Тема розкрита частково, аргументація слабка. Оформлення має недоліки.
13 б. - Проєкт виконаний частково, є помилки та прогалини в знаннях. Тема не розкрита в повному обсязі. Оформлення непослідовне й недбале.
12 б. - Робота неповна, з численними неточностями й помилками. Тема розкрита лише частково, без аналізу й прикладів. Оформлення слабке.
11 б. - Проєкт виконаний фрагментарно, основний зміст майже не передано. Тема подана

поверхово. Оформлення невдале й хаотичне.

10 б. - Робота має лише окремі правильні елементи. Тема не розкрита, знання матеріалу недостатні. Оформлення мінімальне.

9 б. - Проєкт виконаний слабко, правильних моментів дуже мало. Тема практично не висвітлена. Оформлення неякісне.

8 б. - Робота демонструє мінімальні знання. Тема не розкрита, аргументів і прикладів немає. Оформлення відсутнє.

7 б. - Проєкт містить окремі спроби виконання завдання. Тема залишилася нерозкритою. Оформлення хаотичне.

6 б. - Робота показує лише слабке розуміння матеріалу. Тема практично не подана. Оформлення неструктуроване.

5 б. - Проєкт майже не виконаний, є лише фрагментарні елементи. Тема повністю не розкрита. Оформлення відсутнє.

4 б. - Робота не відповідає вимогам завдання. Тема зовсім не висвітлена. Є лише поодинокі записи чи спроби виконання.

3 б. - Проєкт виконаний формально, без змістовних елементів. Тема не розкрита. Оформлення відсутнє.

2 б. - Робота містить хаотичні, неправильні фрагменти. Тема не висвітлена. Рівень виконання мінімальний.

1 б. - Проєкт не виконаний або містить лише порожні записи. Тема повністю відсутня. Завдання не виконано.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	**Бездоганна підготовка в широкому контексті.** Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.
80-89 дуже добре	**Повні знання, міцні вміння.** Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79 добре	**Хороші знання та вміння.** Здобувач грамотно та по суті викладає матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	**Задовільні знання, стереотипні вміння.** Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	**Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах.** Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	**Слабкі знання, відсутність вмінь.** Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	**Необхідний повторний курс.** Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможливлює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

Список рекомендованих джерел

1. Іванова К., Овєчкіна О., Солоха Д., Морєва В., Бєлякова О., Балакай О. Планування маркетингу : навч. посіб. — Київ : Центр навчальної літератури, 2019. — 352 с. Економічний факультет
2. Нескуба Т. В., Мкртичьян О. М. Маркетингове планування : конспект лекцій. — Харків : УкрДУЗТ, 2020. — 65 с. Економічний факультет
3. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. — Київ : НАУ, 2022. — 204 с. Електронний ресурс КАІ
4. Дудар В. Управління маркетингом : електрон. навч. посіб. — Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. — 85 с. marketing.wunu.edu.ua
5. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. — Київ : Центр учбової літератури, 2019. — 612 с. Електронна бібліотека ЧДТУ
6. Лабурцева О. І., Яцишина Л. К., Бондаренко О. С., Янковець Т. М. Стратегічний маркетинг : підручник / за ред. А. А. Мазаракі. — Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2023. — 248 с. КНУТЕ
7. Kotler P., Keller K. L., Chernev A. Marketing Management. — 16th ed. — Harlow : Pearson, 2022. Pearson
8. Ferrell O. C., Hartline M., Hochstein B. W. Marketing Strategy. — 8th ed. — Boston : Cengage Learning, 2022. — 562 p. cengage.com
9. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. — 8th ed. — Harlow : Pearson, 2022. — 560 p. Pearson
10. Venkatesan R., Farris P. W., Wilcox R. T. Marketing Analytics : Essential Tools for Data-Driven Decisions. — Charlottesville : University of Virginia Press, 2021. — 312 p. JSTOR

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Державна служба статистики України. Офіційна статистична інформація про економічну діяльність підприємств, товарні ринки та споживчий попит. https://www.ukrstat.gov.ua/
2. IAB Ukraine (Interactive Advertising Bureau Ukraine). Професійні дослідження ринку реклами, цифрового маркетингу та маркетингових комунікацій. https://iab.com.ua/
3. Google Ads Keyword Planner. Інструмент планування рекламних кампаній, аналізу пошукових запитів та прогнозування попиту. https://business.google.com/ua/ad-tools/keyword-planner/
4. Дія.Бізнес. Національна платформа підтримки підприємництва та розвитку бізнесу в Україні. https://business.diia.gov.ua/
5. Міністерство економіки та довкілля України. Інформаційні матеріали щодо розвитку підприємництва, торгівлі та економічної політики. https://me.gov.ua/