

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ**

СИЛАБУС

**МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ /
MARKETING MANAGEMENT**

Інформація про викладача	
Викладач	Шарко Віталій
Науковий ступінь	доктор економічних наук
Вчене звання	професор
Посада	професор
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 50
Контактний телефон	067 954 25 43
E-mail:	Шарко Віталій
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=160
Інформація про освітній компонент	
Освітній ступінь	магістр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Навчальний рік	2025/2026
Семестр	1
Факультет	торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування
Курс	1
Групи	MP-11д(м)
Анотація курсу	Вивчення освітнього компоненту «Маркетинговий менеджмент» забезпечує формування у здобувачів вищої освіти необхідних теоретичних знань та практичних навичок у сфері управління маркетинговою підсистемою підприємства, вироблення вмінь та навичок упровадження та використання інструментів маркетингового менеджменту з урахуванням його особливостей в умовах мінливого ринкового середовища.
Мова викладання	українська
Місце освітнього компонента в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	Маркетинг https://surli.cc/qrpztr
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

<p>Перелік спеціальних (фахових) компетентностей (СК)</p>	<p>СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
<p>Перелік програмних результатів навчання</p>	<p>Р 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>Р 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Р 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>Р 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p>
<p>Пререквізити освітнього компоненту (що треба знати, з чим ознайомитися здобувачу перед вивченням компоненту)</p>	<p>Передумовою вивчення освітнього компоненту є базові знання з маркетингу, менеджменту, економіки на рівні ОС «бакалавр».</p>

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	всього	з них				
		лекції	практ.			СРС
Тема 1. Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту	12	2	2	10	В, УД, РЗ, Т	6
Тема 2. Механізм маркетингового менеджменту	12	2	2	12	РМГ, РЗ, К Т	6
Тема 3. Організація маркетингового менеджменту	16	2	2	10	В, РМГ, Д, УД	6
Тема 4. Маркетингове планування	12	2	2	10	В, РПЗ, УД, Т	6
Тема 5. Маркетингові стратегії	12	2	2	10	В, РМГ, К, УД	6
Тема 6. Маркетингове стратегічне планування	16	2	2	10	РМГ, К, УД, Т	6
Тема 7. Маркетингове тактичне планування	12	2	2	10	В, РМГ, К, УД	6
Тема 8. Маркетингові програми	12	2	2	10	В, Д, УД, Т	6
Тема 9. Маркетингове управління інноваційною активністю підприємства	14	2	2	12	В, РПЗ, РМГ, УД	6
Тема 10. Діджитал-інструменти маркетингового менеджменту	14	2	2	10	В, РПЗ, УД, Т	6
Тема 11. Антикризовий маркетинговий менеджмент	14	2	2	10	РПЗ, П, УД	6
Тема 12. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства	14	2	2	10	В, РПЗ, УД, Т	6
Індивідуальне завдання	48			48	ІЗ	28
Всього	180/6	24	24	132		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

УД – участь у дискусії – 2 бали.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

РЗ – розв'язування задач – 2 бали.

РПЗ – розв'язання практичних завдань – 2 бали.

Т – тестування – 1 бал.

К – кейс-стаді – 2 бали.

Д – доповідь – 2 бали.

П – презентація – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 28 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 10 балів; участь у наукових заходах – 18 балів).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

<p>Основні літературні та інформаційні джерела</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. Київ: НАУ, 2022. 204 с. URL: https://cutt.ly/T6gvHQB. 2. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с. URL: https://cutt.ly/i6gneiU. 3. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018. 516 с. URL: https://cutt.ly/L6gRndE. 4. Левків Г. Я., Подра О. П., Леськів Г. З., Гинда С. М. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні вправи: навч. посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 190 с. URL: https://cutt.ly/G6gn6H9. 5. Поліщук І. І., Довгань Ю. В. Маркетингові аспекти управління олійно-жировими підприємствами. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2020. № 2 (73). С. 93–100. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.2.12. 6. Dovhan Yu. Marketing Management of Enterprises and its Tools. Actual Problems of Modern Science. Monograph: edited by Matiukh S., Skyba M., Musial J., Polishchuk O. Poland, Bydgoszcz, 2021. P. 246–254. DOI: https://doi.org/10.31891/monograph/2021-10-26. 7. Dovhan Yu. Resources and Technologies of the Enterprise Marketing Management. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2021. Т. 3. № 27. С. 96–102. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-03-96-102. 8. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. Tools for Marketing Management of the Innovation and Investment Activity. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2022. Vol. 2 (43). P. 228–237. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.43.2022.3654. 9. Система управління навчанням Moodle Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ. URL: http://m.vtei.edu.ua/
<p>Політика освітнього компоненту</p>	
<p>Організація навчання</p>	<p>Організація освітнього процесу здійснюється відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».</p> <p>Аудиторні заняття з освітнього компонента проводяться згідно затвердженого розкладу. Електронний варіант розкладу розміщується на сайті ВТЕІ ДТЕУ. https://m.vtei.edu.ua/?redirect=0</p> <p>Вимоги щодо організації навчання:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сумлінне виконання розкладу занять з освітнього компонента (здобувачі вищої освіти відвідують заняття в обов'язковому порядку; здобувачі, які запізнилися на заняття, до заняття не допускаються). 2. Активна участь в обговоренні навчальних питань, попередня підготовка до практичних занять, якісне і своєчасне виконання завдань та обов'язкове виконання самостійних завдань, наданих викладачем. 3. Користування мобільними пристроями під час заняття лише

	<p>з дозволу викладача і тільки з навчальною метою.</p> <p>4. Здобувач вищої освіти може ознайомлюватись із своїми оцінками та накопиченими балами в особистому електронному кабінеті, що міститься у вільному доступі.</p> <p>5. Можливість перескладання будь-якого експрес-контролю в разі отримання незадовільної оцінки.</p> <p>Згідно з робочою програмою освітнього компонента окремі теми або їх питання викладаються на лекційних заняттях, інші – вивчаються здобувачами самостійно.</p> <p>Вивчення доцільно розпочати з ознайомлення з програмою курсу, а потім переходити до послідовного вивчення окремих тем.</p> <p>Самостійна робота здобувачів повинна проводитися у двох напрямках:</p> <ul style="list-style-type: none"> – з питань тем освітнього компонента, які розглядалися під час аудиторних занять; – з питань тем освітнього компонента, які повністю передбачені для самостійного вивчення, необхідно опрацювати та засвоїти матеріал у відповідності з робочою програмою. <p>Для кращого засвоєння матеріалу доцільно по кожній з тем і підтем складати конспект.</p> <p>Перевірка виконання самостійної роботи проводиться викладачем на практичних заняттях, а також виноситься на поточний контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні аудиторних навчальних занять.</p>
<p>Інтеграція ШІ в освітній процес</p>	<p>Інтеграція ШІ в освітній процес здійснюється відповідно до Політики застосування штучного інтелекту (ШІ).</p> <p>Згідно пункту 3. Політики застосування штучного інтелекту (ШІ) правила для здобувачів:</p> <p style="text-align: center;">3.1. Дозволене використання ШІ (як допоміжного інструменту)</p> <p>3.1.1. Планування та генерація ідей Використання ШІ для мозкового штурму, пошуку нових ідей для теми тез (з обов'язковим додаванням у запит посилань на україномовні джерела за тематикою дослідження).</p> <p>3.1.2. Допомога в дослідженнях Узагальнення великих наукових статей або звітів для швидкого розуміння їхньої суті. Важливо: це не замінює необхідності самостійного прочитання та критичного аналізу ключових джерел. Пошук релевантної літератури або джерел (з обов'язковою подальшою перевіркою їх існування та достовірності, оскільки ШІ може вигадувати джерела).</p> <p>3.1.3. Покращення власного тексту Перевірка граматики, орфографії та пунктуації у власноруч написаному тексті. Перефразування власних складних речень для покращення ясності та стилю. Переклад фрагментів тексту з іноземних джерел з обов'язковим подальшим редагуванням, оскільки автоматичний переклад часто буває неточним.</p> <p style="text-align: center;">3.2. Заборонене використання ШІ (що вважається порушенням академічної доброчесності)</p> <p>Наступні дії є суворо забороненими і розглядаються як грубе порушення принципів академічної доброчесності, що</p>

прирівнюється до плагіату та академічного шахрайства:

3.2.1. Пряме копіювання (Плагіат)

Подання тексту, повністю або значною мірою згенерованого ШІ, як власної, оригінальної роботи. Це стосується як цілої роботи, так і окремих абзаців.

3.2.2. Використання під час контрольних заходів

Будь-яке використання інструментів ШІ під час іспитів, тестів (включаючи онлайн-тестування), якщо це не було прямо та письмово дозволено науково-педагогічним працівником для конкретного завдання.

3.2.3. Фальсифікація та вигадкування

Використання ШІ для створення фальшивих даних, неіснуючих посилань на літературу, фейкових цитат чи результатів досліджень.

3.2.4. Делегування ключових завдань

Перекладання на ШІ основного аналітичного чи творчого завдання роботи. Наприклад, замість самостійного аналізу ринкової ситуації здобувач дає ШІ запит: «Проаналізуй ринок смартфонів в Україні та напиши висновки», а потім подає отриманий текст як результат власного аналізу.

3.2.5. Виконання роботи за іншого

Використання ШІ для відповідей, виконання групових завдань від імені здобувача, якщо це не передбачає його активної інтелектуальної участі.

3.3. Вимоги до декларування та цитування

Прозорість є ключовим елементом відповідального використання ШІ.

3.3.1. Обов'язок декларування

Здобувач **зобов'язаний** декларувати факт використання інструментів генеративного ШІ у всіх письмових роботах, що підлягають оцінюванню, зокрема тезах.

Виняток: декларування не вимагається для базових завдань, як-от перевірка орфографії чи граматики за допомогою вбудованих редакторів (наприклад, в MS Word).

3.3.3. Формат декларації

Декларація має бути представлена в окремому документі «Декларація про використання ШІ».

Декларація повинна містити:

назву інструменту та компанію-розробника (наприклад, ChatGPT від OpenAI, Gemini від Google);

чіткий перелік завдань, для яких використовувався ШІ;

підтвердження, що здобувач несе повну відповідальність за фінальний зміст роботи.

Приклад повної декларації:

Декларація про використання ШІ

Під час підготовки даних тез було використано інструмент ChatGPT-4 (OpenAI). Його було застосовано для таких допоміжних завдань:

генерація ідей для структури роботи на етапі планування; перефразування трьох речень у розділі 2 для покращення стилістики;

генерація базового шаблону для SWOT-аналізу, який був згодом самостійно заповнений та проаналізований.

Весь основний текст, аналіз, інтерпретація даних та висновки є результатом моєї власної інтелектуальної праці. Я

	перевірив(ла) всю інформацію, отриману від ШІ, на точність та достовірність і несу повну відповідальність за зміст цієї роботи.
Відпрацювання пропусків занять	Пропущенні заняття в обов'язковому порядку відпрацьовуються: <i>лекційні</i> – шляхом конспектування відповідних тем; <i>практичні</i> – шляхом виконання практичних завдань.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені). Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».
Академічна доброчесність	Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/35.pdf . Політика застосування штучного інтелекту (ШІ) http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/96.pdf .
Інші складові політики компонента	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він / вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації НПП.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами
протокол № 13 від 01.09.2025

Науково-педагогічний працівник



Віталій ШАРКО

Завідувач кафедри



Ірина ПОЛЩУК