МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА

Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг в соціокультурній діяльності

Освітньо-професійна програма 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетинг в соціокультурній діяльності
Освітньо-професійна програма	Менеджмент соціокультурної діяльності
Спеціалізація	-
Спеціальність	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Галузь знань	02 «Культура і мистецтво»
Освітній рівень	Бакалавр
Статус дисципліни	Нормативна
Курс/семестр	2/4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 34 Семінарські заняття – 36 Самостійна робота – 110
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua

2. Опис дисципліни

Курс «Маркетинг в соціокультурній діяльності» спрямований на формування у студентів системи теоретичних знань щодо планування маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад; уміння застосовувати стратегії маркетингу на сучасному підприємстві соціокультурної сфери; розвиток здатності розробляти ефективні напрями розвитку підприємства; забезпечення уміння планувати та контролювати маркетингову діяльність.

Метою дисципліни "Маркетинг в соціокультурній діяльності " є викладення принципів, завдань та функцій маркетингу, способів реалізації його основних політик – товарної, цінової, комунікацій і розподілення, а також напрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань і прищеплення вміння творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств; вивчення основних понять, категорій, систем, інструментарію та алгоритмів маркетингу; набуття практичних компетенцій розв’язання конкретних ринкових проблем та ситуацій; формування вмінь творчого пошуку резервів маркетингової діяльності підприємства.

Завданнями вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів напряму підготовки «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань:

- поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення;
- функції маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу;
- маркетингове середовище фірми;
- маркетингові дослідження;
- сегментування та позиціонування;
- поведінка споживачів на різних типах ринку;
- товарна політика;
- маркетингова цінова політика;
- політика розподілу;
- комунікаційна політика;
- управління маркетингом;
- маркетингове планування. Маркетингові стратегії;
- організація та контроль маркетингової діяльності;
- інтернет-маркетинг.

Компетентності:

Інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичних проблем у соціокультурній сфері, у галузі освіти і науки, креативної економіки

та культурних практик, що передбачає застосування теорій та методів менеджменту культури і мистецтва та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності:
ЗК3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК12.Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
СК20. Здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, технологічні аспекти формування ринку культури.
СК22. Вміння використовувати адекватний професійний інструментарій для розробки та оперативного управління соціокультурними проектами.
СК27. Здатність дотримуватися норм професійної етики в процесі вирішення соціальних, культурних, економічних питань.

Програмні результати навчання:
РН4. Здійснювати практичну діяльність відповідно до чинного законодавства.
РН6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.
РН14. Оцінювати наслідки прийнятих організаційно-управлінських рішень.
РН15. Вміти встановити діалог з різними професійними суб'єктами та групами.
РН18. Проявляти самостійність суджень та самокритичність у процесі дискусії.
РН19. Володіти інструментами фінансово-економічного забезпечення соціокультурної діяльності.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	**Тема 1. Поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення**	Розуміти суть та причини розвитку маркетингу, основні поняття та принципи маркетингу. Ознайомитись із концепціями маркетингу, нормативною базою маркетингової діяльності в Україні та сучасними тенденціями розвитку маркетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота
2.	**Тема 2. Функції маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу**	Ознайомитись з функціями маркетингу та комплексом маркетингу, його видами маркетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота
3.	**Тема 3. Маркетингове середовище фірми**	Ознайомитись із компонентами маркетингового середовища фірми, а також особливостями макромаркетингового та мікромаркетингового середовища фірми. Розуміти сутність внутрішнього маркетингового середовища фірми.	Питання, тести, самостійна практична робота
4.	**Тема 4. Маркетингові дослідження**	Ознайомитись із поняттями, напрямками маркетингового дослідження, видами маркетингової інформації, методами проведення маркетингових досліджень. Вміти проводити маркетингове дослідження, розуміти основні показники кон'юнктури ринку.	Питання, тести, самостійна практична робота
5.	**Тема 5. Позиціонування соціокультурних послуг**	Розуміти поняття сегментування ринку, його значення, процес сегментування ринку. Розуміти вибір цільових сегментів ринку, особливості позиціонування.	Питання, тести, самостійна практична робота
6.	**Тема 6. Поведінка споживачів на різних типах ринку**	Розуміти поняття поведінки споживачів, її особливості на споживчому ринку. Вміти аналізувати поведінку підприємств на ринку.	Питання, тести, самостійна практична робота

7.	**Тема 7. Товарна політика**	Розуміти поняття товарної політики, проблеми її формування, поняття товар, його рівнів, асортименту і номенклатури товарів, марки та упаковка товару, життєвий цикл товару, основні аспекти розробки нових товарів.	Питання, тести, самостійна практична робота
8.	**Тема 8. Маркетингова цінова політика (2 заняття)**	Вивчити сутність та цілі цінової політики в системі маркетингу підприємства. Розуміти поняття товарної політики, проблеми її формування, методику розрахунку ціни. Ознайомитись із характеристикою маркетингових цінових стратегій.	Питання, тести, самостійна практична робота
9.	**Тема 9. Реалізація товарів (послуг)**	Розуміти сутність, мету і завдання політики розподілу. Вивчити канали розподілу, його рівні. Ознайомитись із діяльністю торговельних посередників, формуванням збутової логістики.	Питання, тести, самостійна практична робота
10.	**Тема 10. Комунікаційна політика**	Розуміти поняття політики комунікацій, реклами, особливостями реалізації стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю. Вивчити особливості директ-маркетингу та особистих продаж.	Питання, тести, самостійна практична робота
11.	**Тема 11. Управління маркетинговими процесами**	Розуміти основні засади стратегічного маркетингового управління, маркетингового планування, ознайомитися із формуванням плану маркетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота
12.	**Тема 12. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії.**	Розуміти процес стратегічного маркетингового планування. Ознайомитись із видами маркетингових стратегій	Питання, тести, самостійна практична робота
13.	**Тема 13. Організація та контроль маркетингової діяльності**	Розуміти сутність організації служби маркетингу на підприємстві та контролем маркетингової діяльності.	Питання, тести, самостійна практична робота
14.	**Тема 14. Інтернет-маркетинг (2 заняття)**	Розуміти сутність Інтернет-маркетингу, маркетингу у соціальних мережах. Розуміти поняття: SEO: внутрішня оптимізація, SEO: зовнішня оптимізація. Ознайомитися із особливостями вимірювання ефективності Інтернет-маркетингу.	Питання, тести, самостійна практична робота

4. Система оцінювання курсу

Лекції	0
Семінарські заняття	50
Самостійна робота студентів	20
Семестрова контрольна робота	10
Екзамен	20
Максимальна кількість балів	**100**

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи			**Підсумковий тестовий контроль (екзамен)**	**Сума**
Поточний контроль	*СРС*			

Сем 1	Сем 2	Сем 3	Сем 4	Сем 5	Сем 6	Сем 7	Сем 8	Сем 9	СРС 1	СРС 2	Семестрова контрольна робота		
5	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**10**	**10**	**10**		
Max= 50									**Max= 20**		**Max= 10**	**20**	**100**

6. Ресурсне забезпечення

1. Бойко-Гагарін А. С. Музейний маркетинг: метод.посібник. Київ: НАКККіМ, 2016. 68 с.
2. Вествуд Д. Як скласти маркетинговий план; пер.з англ. І.Семенюк. Харків : Ранок, 2020. 176 с.
3. Войчак, А. В. Маркетингові дослідження : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Рек. МОН. Київ: КНЕУ, 2001. 119 с.
4. Ілляшенко С. М. Маркетингові дослідження: Навч. Посіб. Київ : ЦНЛ, 2006. 192 с.
5. Мостенська, Т. Л. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ : Кондор, 2005. 240 с.
6. Майовець, Є. Маркетинг: теорія та методологія: навч.посібник Львів : ЛНУ, 2015. 450 с.
7. Парсяк В. Н.Маркетингові дослідження :навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2009. 200 с.
8. Парсяк В. Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології: підручник. Рек. МОН. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 326 с.
9. Шканова, О. М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Рек. МОН. Київ : Кондор, 2008. 304 с.

7. Контактна інформація

Кафедра	управління соціокультурноюдіяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 201 Б. Кабінет – 314. https://kotusd.pnu.edu.ua/
Викладачі	к.і.н., доц. Дутчак Олена Іванівна
Контактна інформація викладачів	olena.dutchak@pnu.edu.ua

8. Політика курсу

Академічна доброчесність	Атмосферу довіри, взаєморозуміння, взаємоповаги потрібно будувати щоденно. Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено «Положення про запобігання академічного плагіату», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності», «Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Стефаника» і опубліковано їх на сайті. Викладеними в цих документах принципами (відповідальності, справедливості, академічної свободи, взаємоповаги, безпеки і добробуту, законності) та правилами поведінки студентів і працівників університету, які базують на

	відповідних законах, й керується кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту у своїй діяльності. В університеті діє «Гаряча лінія» з ректором, «Телефон довіри», більшість вступних іспитів проводиться за комп'ютерно-тестовими технологіями, а іспит за допомогою онлайн-трансляції можна переглядати у реальному часі. Діяльність кафедри, ректорату з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України.
Пропуски занять	Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Всі завдання здаються у встановлений термін, за винятком поважної причини у студента
Невідповідна поведінка під час заняття	Вирішується згідно чинного законодавства України, Статуту університету
Додаткові бали	Виставляються під час семінарських занять за оригінальні відповіді студентів з заявленої теми
Неформальна освіта	Зараховуються до загальної суми балів результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, EdEra, які відповідають програмі навчальної дисципліни (в обсязі не більше 30% від загальної суми балів)

Викладач _____ Дутчак О.І.