

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



НН Інститут мистецтв

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг в соціокультурній діяльності

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Освітня програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Спеціальність 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Затверджено на засіданні кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту
Протокол № 1 від “30” серпня 2024 р.

м. Івано-Франківськ – 2024

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетинг в соціокультурній діяльності
Викладач (-і)	Дутчак Олена Іванівна, кандидат історичних наук, доцент
Контактний телефон викладача	+380994607890
E-mail викладача	olena.dutchak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ECTS, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>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. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії. Організація та контроль маркетингової діяльності. Прогнозування в маркетингу. Трендвотчинг. Планування нових товарів/послуг</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Мета навчальної дисципліни – формування теоретичних знань і набуття практичних навичок використання конкретного маркетингового інструментарію у вирішенні актуальних управлінських завдань з орієнтацією на потреби й запити споживачів цільових ринків, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності різних суб'єктів ринку та їх позиціонування з набуттям здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.</p> <p>Завданнями вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів напряму підготовки «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	
4. Програмні компетентності та результати навчання	

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.

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.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 180 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	34
семінарські заняття / практичні / лабораторні	36
самостійна робота	110

Ознаки курсу

Семес тр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
4	028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»	2	Нормативний

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення	2	2	7
Тема 2. Функції маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу.	2	2	7
Тема 3. Маркетингове середовище фірми	2	2	7
Тема 4. Маркетингові дослідження	4	4	7

Тема 5. Сегментування та позиціонування	2	2	8
Тема 6. Поведінка споживачів на різних типах ринку	4	2	8
Тема 7. Товарна політика	2	2	8
Тема 8. Маркетингова цінова політика	2	2	8
Тема 9. Політика розподілу	2	2	7
Тема 10. Комунікаційна політика	2	2	7
Тема 11. Маркетингове планування.	2	2	7
Тема 12. Маркетингові стратегії.	2	4	7
Тема 13. Організація та контроль маркетингової діяльності	2	2	7
Тема 14. Прогнозування в маркетингу. Трендотчинг.	2	2	8
Тема 15. Планування нових товарів/послуг	2	4	7
ЗАГ.:	34	36	110

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання курсу	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточний; • підсумковий семестровий (залік). <p>Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи.</p> <p>(п. 8.3. Види контролю «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (Наказ ректора № 417 від 03.07.2023 р.).</p> <p>100-бальна шкала переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – А, В, С, D, E, FX, F).</p> <p>Загальні 100 балів включають:</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 50%).</p> <p>Контроль самостійної роботи дозволяє оцінити рівень сформованості відповідних компетентностей. Виконується на платформі D-Learn за тематикою курсу (оцінюється від 0 до 10 балів) та у формі есе (письмова</p>
-----------------------------------	---

	<p>робота в електронному вигляді) – (оцінюється від 0 до 5 балів). Загальна питома вага оцінки за контроль самостійної роботи – 15 %.</p> <p>Семестрова контрольна робота – дозволяє оцінити рівень сформованості відповідних компетентностей. Виконується на платформі D-Learn за тематикою курсу. Питома вага оцінки – 15%.</p> <p>Тестовий контроль проводиться двічі за семестр. Кожен з яких оцінюється у 10 балів. Загальна максимальна кількість балів, відповідно, 20. Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що здійснюється в університеті. Підсумковий семестровий контроль – сума балів поточного контролю, семестрової контрольної роботи та контролю самостійної роботи. Підсумковий семестровий контроль виносяться на останню академічну годину (практичне заняття) опанування курсу.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмова робота включає певні теми завдань за тематикою курсу.</p> <p>Студенти денної форми навчання завершують її виконання і здають на 9-му занятті практичного курсу. Студенти заочної форми – за 10 днів до початку сесії. Робота виконується у електронному вигляді.</p>
Практичні заняття	<p>Оцінюється у п'ятибальній шкалі Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються й множаться на коефіцієнт.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	Отримання інтегральних результатів до останнього заняття – 25 балів.
7. Політика навчальної дисципліни	
Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 4 сторінок
Академічна доброчесність	<p>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 академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», «Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» і опубліковано їх на сайті. В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом вашої розумової праці та творчості. Якщо ви подали роботу когось іншого, повністю або частково, без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі)</p>
Відвідування занять	<p>Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю.</p> <p>Відпрацювання пропущених занять відбувається у перший день за графіком консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження) згідно «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів</p>

	вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».
Неформальна освіта	<p>Є можливість отримати додаткові бали, пройшовши онлайн-курси на платформах Prometheus, Coursera, EdEra, які мають узгоджуватися попередньо з викладачем відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника».</p> <p>Рекомендовані:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/ 2. Маркетинг у цифровому світі. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-digital-world/ 3. Цифровий маркетинг. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/

8. Рекомендована література

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.

Дутчак О.І., к.і.н., доцент, доцент кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та івентменеджменту