

**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

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Маркетинг в соціокультурній діяльності
<b>Викладач (-і)</b>	Дутчак Олена Іванівна, кандидат історичних наук, доцент
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380994607890
<b>E-mail викладача</b>	olena.dutchak@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	очний/заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	6 кредитів ECTS, 180 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/view/5874">https://d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/view/5874</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<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>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p><b>Мета</b> 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><b>Завданнями</b> вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів напряму підготовки «Менеджмент соціокультурної діяльності» з питань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення;</li> <li>- функції маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу;</li> <li>- маркетингове середовище фірми;</li> <li>- маркетингові дослідження;</li> <li>- сегментування та позиціонування;</li> <li>- поведінка споживачів на різних типах ринку;</li> <li>- товарна політика;</li> <li>- маркетингова цінова політика;</li> <li>- політика розподілу;</li> <li>- комунікаційна політика;</li> <li>- управління маркетингом;</li> <li>- маркетингове планування. Маркетингові стратегії;</li> <li>- організація та контроль маркетингової діяльності;</li> <li>- інтернет-маркетинг.</li> </ul>	
<b>4. Програмні компетентності та результати навчання</b>	

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.  
 СК28. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.  
 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.

### **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

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

#### Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
<b>Тема 1. Поняття і концепції маркетингу, причини його виникнення</b>	2	2	7
<b>Тема 2. Функції маркетингу. Комплекс маркетингу. Види маркетингу.</b>	2	2	7
<b>Тема 3. Маркетингове середовище фірми</b>	2	2	7
<b>Тема 4. Маркетингові дослідження</b>	4	4	7
<b>Тема 5. Сегментування та позиціонування</b>	2	2	8

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

#### **6. Система оцінювання навчальної дисципліни**

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи. (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.). Загальні 100 балів включають: 30 балів – поточний контроль (практичні заняття), 30 балів – тестовий контроль, 20 балів – контроль за самостійною роботою, 20 балів – екзамен
Вимоги до письмової роботи	Письмова робота є формою самостійної роботи студентів і виконується на одну із заданих тем. Робота подається у електронному вигляді.
Практичні заняття	Оцінюється у п'ятибальній шкалі
Умови допуску до підсумкового контролю	Отримання інтегральних результатів до останнього
Підсумковий контроль	Відбувається вигляді підсумкового тестового контролю

#### **7. Політика навчальної дисципліни**

Письмові роботи	Робота виконана на певну тему обсягом не більше 4 сторінок
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 академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. 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 вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (п.4)».
Неформальна освіта	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». <b>Рекомендовані:</b> 1. Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності. <a href="https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/">https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-value-proposition/</a> 2. Маркетинг у цифровому світі. <a href="https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-digital-world/">https://prometheus.org.ua/prometheus-free/marketing-digital-world/</a> 3. Цифровий маркетинг. <a href="https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/">https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/</a>

### 8. Рекомендована література

1. Бойко-Гагарін, А. С. Музейний маркетинг: метод. посібник. Київ: НАКККиМ, 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. Земляков, І. С. Основи маркетингу. Ів.-Франківськ : ІМЕ, 2003. 352 с.
6. Луцій, О. П. Основи маркетингу [Текст]: конспект лекцій. Київ: Європейський університет фінансів менеджменту і бізнесу, 2001. 45 с.
7. Мостенська, Т. Л. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ : Кондор, 2005. 240 с. 20.00
8. Майовець, Є. Маркетинг: теорія та методологія: навч.посібник Львів : ЛНУ, 2015. 450 с.
9. Парсяк В. Н.Маркетингові дослідження :навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2009. 200 с.
10. Полторац, В. А. Маркетингові дослідження : навч. посібю2-е вид., доп., Рек. МОН. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.
11. Парсяк В. Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології: підручник. Рек. МОН. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 326 с.

12. Пащук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навч. посібник. Київ : Професіонал, 2005. 560 с.
13. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг: підручник. Рек. МОН. Київ : ЦНЛ, 2003. 192 с.
14. 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*