



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ГЕОГРАФІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Геосистеми та георизики
Спеціальність	103 Науки про Землю
Галузь знань	10 Природничі науки
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Данілова О.М., к. с.-г. н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту https://ecogeo.chnu.edu.ua/spivrobotnyky/profesorsko-vykladatskyi-sklad/danilova-olha-mykolaivna/
Контактний тел.	+380663509270
E-mail:	o.danilova @chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=2231
Консультації	згідно графіку консультацій викладачів кафедри

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Основи географічного менеджменту і маркетингу» належить до переліку нормативних (обов'язкових) навчальних дисциплін за освітнім рівнем «бакалавр», що пропонується до вивчення здобувачам вищої освіти на третьому році навчання.

Вивчення навчальної дисципліни «Основи географічного менеджменту і маркетингу» забезпечує формування у студентів професійно-орієнтованої компетентності системного світобачення та спрямоване на засвоєння теоретичних і практичних знань з менеджменту та маркетингу, як базових функцій управління, що дасть змогу ефективно підійти до стратегічного планування на основі вибору оптимальної моделі ухвалення управлінських рішень

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів наукового світогляду та базових знань з теорії, методології менеджменту та маркетингу, вироблення вмінь і практичних навичок використання методів, принципів та інших інструментів менеджменту та маркетингу для ухвалення ефективних управлінських рішень у сфері професійної діяльності.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. «Суть та основоположні принципи системи управління»	
Тема 1.	Сутність, роль та методологічні основи менеджменту
Тема 2.	Процес прийняття управлінських рішень

Тема 3.	Основні функції менеджменту
МОДУЛЬ 2. «Концептуальні основи географічного маркетингу»	
Тема 4.	Сутність маркетингу та розвиток його концепцій
Тема 5.	Маркетингові інформаційні системи та маркетингові дослідження
Тема 6.	Геомаркетинг – інноваційна форма маркетингової діяльності

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються: словесні методи - лекція, бесіда, пояснення, дискусія, інструктаж; практичні методи; наочні методи - презентації; методи стимулювання пізнавального інтересу - ситуаційні завдання, виконання проєктів, кейси; самостійна робота над питаннями, окресленими програмою ОК; тренінги, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів; реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Основними формами поточного контролю є **усний контроль** (індивідуальне та фронтальне опитування, захист практичних робіт, захист проєктів, презентації результатів виконаних завдань та досліджень); **письмовий контроль** (модульні контрольні роботи, практичні роботи, ситуаційні завдання, кейси); **тестування**.

Формою підсумкового контролю – є **залік**.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами: «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» (<http://surl.li/pmlsui>), «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» (https://drive.google.com/file/d/16eJk4gKG5oJII2ot4UeSq2_BSgadrPl_/view)

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(покликання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

1. Основи менеджменту: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнесадміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/41193>
2. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: підручник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 р. 258 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46199/1/MenedjmentPD_B5_1.11.22.pdf
3. Підгірна В.Н. Менеджмент: тренінговий курс : навч.практ. Чернівці : Чернів.нац.у-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 160 с. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/3233>

4. Данілова О.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємств туристичної сфери. Менеджмент туристичної індустрії: підручник у 3-ох частинах/ В. П. Руденко, В.Я.Вацеба, В.Н.Підгірна та ін. Чернівці, 2019. С.122-185. URL : <http://surl.li/krguau>
5. Данілова О.М. Інноваційний маркетинг як інструмент розвитку туристичного бізнесу. Менеджмент туристичної індустрії : освітньо-наукові домінанти : колективна монографія / Руденко В.П., Підгірна В.Н., Наконечний К.П. та ін. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2024. С.280-312. URL : <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/10605>
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: Підручник Київ : Вид-во «Діалектика», 2020. 863 с. URL : <https://diamail.com.ua/PDF/978-617-7812-04-2/content.pdf>
7. Конспект лекцій з дисципліни «Регіональний менеджмент і маркетинг» / уклад. В. В. Круглов, В. М. Мороз, Д. А. Терещенко – Харків : НТУ «ХП», 2024. 47 с. URL : <https://web.kpi.kharkov.ua/sp/wp-content/uploads/sites/95/2024/05/Regionalnij-menedzhm-lektsiyi.pdf>
8. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL : <http://surl.li/drqtq>
9. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL : <http://surl.li/afrbxm>
10. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти / Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. - К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. - 537 с. URL : <https://dglb.nubip.edu.ua/handle/123456789/10368>
11. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL : <http://surl.li/infckb>
12. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : <http://surl.li/kadprs>
13. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL : <http://surl.li/kadprs>
14. Шевченко В.М. Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. 96 с. URL : <https://ir.duan.edu.ua/items/51023d36-d493-4671-8fd5-507f14ac8355>
15. Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL : <http://www.nbu.gov.ua/>
16. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL : <https://www.uam.in.ua/ukr/>
17. Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив. URL : <https://mami.org.ua/uk/>
18. UrbiStat – Geomarketing & Market Research. URL : <URL:https://www.urbistat.com/geomarketing-ukraine/>

Детальна інформація щодо вивчення курсу «Основи географічного менеджменту і маркетингу» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни