

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми



(підпис)

Василь ЛИБА

(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

«29» серпня 2025 р.

**СИЛАБУС
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У МАРКЕТИНГУ (КР)

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: D Бізнес, управління та право
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: D5 Маркетинг
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: Маркетинг та брендинг
(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Силабус введено в дію з 01.09.2025

Харків – 2025 р.

Розробник (и): Либа В.О., доц., канд. екон. наук, доц.
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування
(назва кафедри)

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри к.е.н., доцент
(науковий ступінь і вчене звання)


(підпис)

Валентина ГАТИЛО
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено з представником здобувачів освіти:


(підпис)

Аліна БЕЗРУЧЕНКО
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

1. Загальна інформація про викладача



ПІБ: Либа Василь Олексійович

Посада: доцент кафедри 602

Науковий ступінь: канд. екон. наук

Вчене звання: доцент

Перелік дисциплін, які викладає:

Стратегічний маркетинг, Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків, Маркетинговий менеджмент, Маркетингове ціноутворення

Напрями наукових досліджень:

управління та моделювання стійкості підприємства, стратегічний маркетинг, цифровий маркетинг

Контактна інформація: v.lyba@khai.edu

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	2
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	Обов'язкова
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	<i>денна</i> КР - 2 кредити ЄКТС / 60 годин (8 аудиторних, з яких: практичні – 8; СРЗ – 56) <i>заочна</i> : КР - 2 кредити ЄКТС / 60 годин (4 аудиторних, з яких: практичні – 4; СРЗ – 56)
Види навчальної діяльності	Практичні заняття, самостійна робота здобувача
Види контролю	Поточний контроль, семестровий контроль – диф. залік
Пререквізити	маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетинг послуг
Кореквізити	маркетинговий аудит, маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг
Постреквізити	управління проектами та інноваціями брендингу, бренд менеджмент високотехнологічних підприємств

3. Мета та завдання навчальної дисципліни, переліки компетентностей та очікуваних результатів навчання

Мета – формування знань і навичок стосовно економічного обґрунтування управлінських рішень в маркетингу з різним ступенем невизначеності та ризику, оволодіння методологією розрахунків для практичної діяльності як фахівців з маркетингу.

Завдання – Розглянути методологічні та методичні основи підготовки управлінських рішень, методики економічного обґрунтування управлінських в сфері маркетингу та особливості обґрунтування управлінських рішень при здійсненні інвестування.

Компетентності, які набуваються:

Загальні компетентності (ЗК)

Після закінчення цієї програми здобувач освіти буде здатен:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні компетентності (СК)

Після закінчення цієї програми здобувач освіти буде здатен:

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН):

- ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН10, Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів,

–ПРН15. Обирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

4. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Розробка курсового проєкту з дисципліни «Маркетингове ціноутворення (КР)».

5. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання курсового проєкту з дисципліни «Маркетингове ціноутворення (КР)».

6. Методи навчання

Під час викладання курсу використовуються наступні методи: словесні, наочні, практичні.

7. Методи контролю

Контроль і оцінювання якості набутих знань, умінь та практичних навичок студентів має системний характер, базується на принципі наскрізного контролю, який дозволяє забезпечити взаємозв'язок між усіма видами навчального процесу: практичні, самостійна та індивідуальна робота студента, поточний контроль, диф. залік.

Оцінювання знань студентів здійснюється на основі результатів поточного контролю виконання курсового проєкту та її захисту, підсумком є диференційований залік.

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Таблиця 8.1 – Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
0...60	0...20	0...20	100

Семестровий контроль (диф. залік) проводиться у вигляді захисту курсового проєкту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Таблиця 8.2 – Шкали оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційний залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

Критерії оцінювання роботи здобувача освіти протягом семестру

Задовільно (60-74) – студент володіє навчальним матеріалом на рівні, який визначається як мінімально допустимий. Бачить навчальну дисципліну як нагромадження випадкових і не пов'язаних між собою тем. Деякі практичні навички роботи не сформовані. У своїх міркуваннях не здатен аналізувати окрему тему дисципліни у контексті інших тем і виражати взаємозв'язок між ними.

Добре (75-89) – студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу. Вміє застосовувати набуті знання та вміння для вирішення практичних завдань, але допускає окремі неточності. Студент характеризується достатнім рівнем компетентності. У

відповіді прослідковується порушення принципу систематичності і логічності викладу навчального матеріалу.

Відмінно (90-100) – Студент виявляє глибокі і міцні знання відповідно до вимог навчальної програми. Вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить та опрацьовує необхідну інформацію. Вміє застосовувати теоретичні положення під час вирішення практичних завдань. Використовує набуті знання і вміння для прийняття рішень у стандартних і нестандартних ситуаціях. Студенту властивий високий рівень компетентності. Переконаливо аргументує відповіді, відстоює власну позицію щодо питань, які розглядаються.

9. Політика навчального курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків. Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Здобувачі освіти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, повинні протягом тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені заняття мають бути відпрацьовані на найближчій консультації протягом тижня після їх пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання пропущених занять шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни. Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>). Очікується, що роботи здобувачів освіти будуть їх оригінальними дослідженнями або міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем незалежно від масштабів плагіату чи обману. У разі виконання індивідуальної самостійної роботи до захисту допускаються реферати, які містять не менше 60 % оригінального тексту під час перевірки на плагіат, есе – 70 %.

Вирішення конфліктів. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/>).

10. Рекомендована література

Базова

1. Гавва В.М. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: Підручник / В.М. Гавва, Т.П. Раздимаха. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т „ХАІ”, 2008. – 272 с.

2. Маркетинговий аналіз : навч. посіб. / [В. В. Липчук, І.Б. Яців, Б. М. Гошко та ін.]. – К. : Академвидав, 2007. – 216 с.

3. Моделі і методи прийняття рішень в економіці підприємства. Навч. посіб. / В.О. Солодкий, В.Р. Красовський – Рівне: НУГВГП, 2012. – 133 с.

Допоміжна

1. Татаренко Н.О. Теорії інвестицій: Навч. посібник. / Н.О. Татаренко, А.М. Поручник. - К.: КНЕУ, 2000. - 160 с.

2. Федоренко В.Г. Інвестознавство: Підручник / В.Г. Федоренко, А.Ф. Гойко / За наук. ред. В.Г. Федоренка. – К.: МАУП, 2000. – 408с.

3. Осієвська В. В. Основи стандартизації, метрології та управління якістю. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2002. Кириченко Л. С. Основи стандартизації, метрології, управління якістю: Навч. посіб. – К.: Вид-во КНТЕУ, 2001.