



**Силабус**  
освітнього компоненту  
**Основи менеджменту та маркетингу /**  
**Fundamentals of Management and Marketing**  
2025-2026 навчальний рік

*Освітня програма*  
*Спеціальність*  
*Галузь знань*  
*Рівень вищої освіти*

**Фінанси, банківська справа та страхування**  
**072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок**  
**07 Управління та адміністрування**  
**перший (бакалаврський)**

<b>Викладач</b>	доцент ЛЕМІШ Катерина Михайлівна
<b>Посилання на сайт</b>	<a href="https://bdpu.org.ua/teachers/lemish-kateryna-myhajlivna/">https://bdpu.org.ua/teachers/lemish-kateryna-myhajlivna/</a>
<b>Контактний тел.</b>	+380662000984
<b>Е-mail викладача:</b>	<a href="mailto:km_lemish@bdpu.org.ua">km_lemish@bdpu.org.ua</a>
<b>Графік консультацій</b>	Індивідуально із застосуванням дистанційних технологій

**Обсяг курсу на поточний навчальний рік:**

Форма навчання	Кількість кредитів/ годин	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Звітність
денна	4/120	20	20	80	екзамен
заочна		4	4	112	

**Семестр:** осінній

**Мова навчання:** українська

**Ключові слова:** менеджмент, організація, функції менеджменту, комунікації, управлінські рішення, ефективність менеджменту, маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингове середовище, сегментація, позиціонування, комплекс маркетингу.

**Мета курсу** – надати здобувачам базові теоретичні знання та практичні навички в галузі менеджменту та маркетингу, сформувані уявлення про сучасні підходи до управління організаціями та просування товарів, послуг чи ідей в умовах ринкової економіки. Розвинути вміння приймати обґрунтовані управлінські та маркетингові рішення, аналізувати ринкове середовище, планувати й реалізовувати ефективні комунікаційні стратегії.

**Предметом** вивчення є загальні закономірності, принципи, функції та інструменти управління організаціями і маркетингової діяльності, що забезпечують ефективне функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки.

**Компетентності:** *Загальні:* ЗК03. Здатність планувати та управляти часом. ЗК10. Здатність працювати у команді. *Спеціальні:* СК09. Здатність здійснювати ефективні комунікації. СК10. Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.

**Програмні результати навчання:** ПР12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності. ПР17. Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку. ПР18. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. ПР19. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань. ПР20. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані фінансові рішення.

**Зміст курсу:** Поняття та розвиток теорій менеджменту. Елементи організації та процесу управління. Функції та методи менеджменту. Зв'язкові процеси в менеджменті: комунікації та прийняття рішень. Поняття, розвиток та основні концепції маркетингу. Маркетингова інформація та маркетингові дослідження. Поведінка покупців та сегментація ринку. Комплекс маркетингу та його основні елементи.

**Методи навчання:** лекції, практичні заняття, індивідуальні заняття, консультації, навчальна гра, ситуаційні завдання, самостійна робота, науково-дослідна робота, написання рефератів, методи активного навчання: вирішення ситуаційних задач (кейсів), ділові ігри, робота в малих групах.

**Політика курсу (особливості проведення навчальних занять).** Політика курсу розроблена відповідно до нормативної бази Бердянського державного педагогічного університету та регламентує організацію освітнього процесу, оцінювання результатів навчання і дотримання принципів академічної доброчесності (<https://bdpu.org.ua/normatyvna-baza-bdpu/>). Відвідування лекційних і практичних занять є важливою складовою засвоєння навчального матеріалу та формування професійних компетентностей. Активна участь студентів у освітньому процесі, зокрема в обговореннях, виконанні практичних завдань, аналізі кейсів і груповій роботі, враховується під час поточного оцінювання. У разі пропуску занять здобувач освіти зобов'язаний самостійно опрацювати навчальні матеріали та виконати всі передбачені програмою завдання у встановлені терміни.

Оцінювання результатів навчання здійснюється на засадах об'єктивності та прозорості за накопичувальною системою і включає поточний та підсумковий контроль. Критерії оцінювання доводяться до відома студентів заздалегідь, а допуск до підсумкового контролю можливий за умови виконання всіх передбачених видів навчальної роботи.

Курс реалізується з обов'язковим дотриманням принципів академічної доброчесності. Забороняються плагіат, фальсифікація, списування та інші форми академічного шахрайства. У разі порушення застосовуються санкції відповідно до нормативних документів університету.

Використання цифрових технологій є складовою освітнього процесу. Технології штучного інтелекту можуть застосовуватися як допоміжний інструмент за умови самостійного виконання завдань, критичного опрацювання результатів і обов'язкового зазначення факту їх використання. Подання згенерованого контенту як власного без належного опрацювання розглядається як порушення академічної доброчесності.

Освітній процес у межах курсу базується на принципах студентоцентрованості, інклюзивності, взаємоповаги та недискримінації й передбачає забезпечення регулярного зворотного зв'язку між викладачем і здобувачами освіти, а також можливість студентів пропонувати покращення змісту та організації навчання.

**Технічне й програмне забезпечення/обладнання, наочність:** вивчення освітньої компоненти передбачає використання мультимедійного обладнання, комп'ютерної техніки та пакетів прикладних програм Microsoft Power Point, Microsoft Office Excel, Microsoft Word, Moodle, Zoom.

**Система оцінювання та вимоги.** Підсумкова оцінка з освітньої компоненти виставляється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у шкалу ECTS. Бали нараховуються за виконання завдань аудиторної роботи, практичних робіт, самостійної роботи, індивідуальних завдань. На практичному занятті оцінюються: усні відповіді; участь в обговоренні дискусійних питань; аналіз ситуаційних завдань та вміння доведення власної думки; реферативні виступи, усні повідомлення, тести тощо. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за роботу на практичних заняттях, 16 (від 0 до 2 балів за заняття): 2 - здобувач володіє теоретичним матеріалом, відсутні помилки при описі теорії, формулює власні, самостійні, обґрунтовані, аргументовані судження, представляє повні і розгорнуті відповіді на додаткові питання; 1 - здобувач володіє теоретичним матеріалом на мінімально допустимому рівні, відсутні помилки при описі теорії, відчуває труднощі у формулюванні власних обґрунтованих і аргументованих суджень, допускаючи незначні помилки на додаткові питання; 0 - здобувач не володіє теоретичним

матеріалом, допускаючи грубі помилки, відчуває труднощі у формулюванні власних суджень, нездатний відповісти на додаткові питання. Виконання практичних завдань за темами дозволяє отримати до 16 балів (від 0 до 2 балів): 2 - здобувач самостійно розв'язує завдання різними способами, здатний проаналізувати й узагальнити отриманий результат, при виконанні дотримується усіх вимог, його дії відрізняються раціональністю, вмінням оцінювати помилки й аналізувати результати; 1,5 - здобувач самостійно розв'язує вправи і задачі, може обрати раціональний метод розв'язання, але не завжди здатний провести аналіз і узагальнення результату, виконати роботу в повному обсязі й зробити правильні висновки; 1 - здобувач володіє базовими навичками необхідними для самостійного розв'язання типових завдань, може самостійно підбирати раціональні методи їх розв'язання, але не завжди здатний провести аналіз і узагальнення одержаних результатів, може самостійно виконати роботи в повному обсязі і робити правильні висновки; 0,5 - здобувач може розв'язати найпростіші задачі за зразком, робить висновки, але не розуміє достатньою мірою мету роботи; 0 - здобувач не може самостійно виконати роботу і зробити висновки. Контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється як під час аудиторних занять, так і у позааудиторний час (максимальна кількість балів - 18) та передбачає: визначення ступеня засвоєння матеріалу; визначення якості виконання індивідуальних і творчих колективних завдань; своєчасне виконання і здачу поточних завдань; оцінку знань, здобутих у результаті самостійної роботи. Результати поточного контролю здобувачів вищої освіти є складовими елементами підсумкової оцінки з дисципліни. Оцінка рівня роботи здобувача вищої освіти протягом семестру під час навчальних занять та самостійної роботи здійснюється у межах 50 балів. Семестровий контроль проводиться у формі складання екзамену, за який здобувач освіти може отримати до 50 балів: до 50 балів за тест на платформі Moodle.

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий контроль	Сума
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4	Змістовий модуль 5	Змістовий модуль 6	Змістовий модуль 7	Змістовий модуль 8		
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	50	100
6	6	6	7	6	6	6	7		

Вид робіт	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	Всього
Робота на практичному занятті (відповіді, виконання практичних та ситуаційних завдань)	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-32
Самостійна робота	0-2	0-2	0-2	0-3	0-2	0-2	0-2	0-3	0-18
Всього за заняття	0-6	0-6	0-6	0-7	0-6	0-6	0-6	0-7	0-50
Підсумковий тест									0-50
Всього									0-100

### Шкала оцінювання

Оцінка за бальною шкалою, що використовується в Університеті	Оцінка за шкалою ЄКТС
90-100	A
78-89	B
65-77	C
58-64	D
50-57	E
35-49	FX (з можливістю повторного складання)
1-34	F (з обов'язковим повторним вивченням ОК)

### Список рекомендованих джерел

<p><b>Основні</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 612 с. (Школа маркетингового менеджменту).</li> <li>2. Бондаренко В. М., Поліщук І.І., Шарко В.В. Маркетинговий менеджмент. : навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с. URL: <a href="https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26483.pdf">https://sel.vtei.edu.ua/repository/g.php?fname=26483.pdf</a>.</li> <li>3. Зоріна О.І., Дергоусова А.О., Сиволовська О.В. Основи маркетингу та менеджменту: Навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2014. 319 с.</li> <li>4. Кожушко Л.Ф., Кузнецова Т.О., Судук О.Ю. К58 Основи менеджменту і маркетингу: навч. посібник. Рівне : НУВГП, 2016. 291 с.</li> <li>5. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинговий менеджмент. Перше українське адаптоване видання : підручник. К. : Хімджест, 2008. 479 с.</li> <li>6. Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 183 с.</li> <li>7. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент: підручник. 4-е вид., перер. і доп. Київ: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.</li> <li>8. Пшенична Т.М. Основи менеджменту та маркетингу. Конспект лекцій [Електронне видання]: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Чернігів: Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка, 2025. 81 с.</li> </ol>
<p><b>Додаткові</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2018. 332 с.</li> <li>10. Білорус Т.В. Менеджмент: практикум. навчальний посібник К. : Київський університет. 2020. 185 с.</li> <li>11. Бородкіна Н. О. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Кондор, 2022. 362 с.</li> <li>12. Виноградський М. Д. Менеджмент в організації : навчальний посібник. Київ : Кондор. 2019. 598 с.</li> <li>13. Катаєв А. В. Маркетинг : навчальний посібник. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. 425 с.</li> <li>14. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / П.В. Захарченко, А.А. Самойленко, А.В. Кулік, І.Ю. Кутліна. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234 с.</li> <li>15. Менеджмент: навч. посіб. / Мошек Г.Є. та ін.; за заг. ред. Г.Є. Мошека. Київ: Ліра-К, 2015. 550 с.</li> <li>16. Михайлов С.І. Менеджмент. 2-ге видання. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 536 с.</li> <li>17. Охріменко А.Г. Основи менеджменту: навчальний посібник для студ. ВНЗ. Київ: Центр навч. літ, 2006. 130 с.</li> <li>18. Петруня Ю.Є., Говоруха В.Б., Літовченко Б.В. Прийняття управлінських рішень. Навчальний посібник. / За заг. ред. Ю.Є. Петруні. 2-ге видання. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 216 с.</li> <li>19. Рульєв В. А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.</li> <li>20. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / [авт.: Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Л. В. Романова, Н. М. Антофій] ; за ред. Я. С. Ларіної. Херсон : ОЛДІ-ПЛІУС, 2019. 364 с.</li> </ol>
<p><b>Інтернет-ресурси</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>21. Бізнес-портал «Економічна правда». URL: <a href="https://epravda.com.ua/">https://epravda.com.ua/</a> (аналітика, новини бізнесу).</li> <li>22. Державна служба статистики України. URL: <a href="https://www.ukrstat.gov.ua/">https://www.ukrstat.gov.ua/</a> (статистичні дані щодо економіки, ринку праці, підприємництва).</li> <li>23. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <a href="https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketynng-v-ukrayini/">https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketynng-v-ukrayini/</a> (матеріали з маркетингу, кейси, дослідження).</li> <li>24. Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України.</li> </ol>

- URL: <https://me.gov.ua> (нормативні документи, аналітика).
25. Coursera (курси з менеджменту та маркетингу). URL: <https://www.coursera.org/>
  26. Google Scholar. URL: <https://scholar.google.com/> (наукові статті з тематики).
  27. Google Trends. URL: <https://trends.google.com/trends/> (аналіз споживчих запитів).
  28. Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/> (статті з менеджменту та маркетингу).
  29. Liga.net (економіка та бізнес). URL: <https://biz.liga.net/>
  30. OECD Data. URL: <https://www.oecd.org/en/data.html> (показники ринків, конкурентоспроможності, інновацій).
  31. SimilarWeb. URL: <https://www.similarweb.com/> (аналіз сайтів і ринків).
  32. Statista. URL: <https://www.statista.com/> (графіки та статистика світових ринків).
  33. World Bank Data. URL: <https://data.worldbank.org/> (глобальна статистика економіки та бізнесу).