

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут економіки та менеджменту
назва інституту випускової кафедри

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Директор інституту
Економіки та менеджменту

 Сергій ПОБИГУН
« » 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА

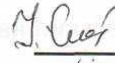
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Освітній рівень	<u>Бакалавр</u>
Галузь знань	<u>D Управління та адміністрування</u>
Спеціальність	<u>D3 Менеджмент</u>
Освітня програма	<u>Менеджмент</u>
Статус дисципліни	<u>Обов'язкова</u>
Мова викладання	<u>Українська</u>

2026 р.

Розробник(и):

Доцент кафедри МІА, к.е.н., доцент
(посада, назва кафедри, науковий ступінь, вчене звання)
Iryna.stankovska@nung.edu.ua



(підпис)

Ірина СТАНЬКОВСЬКА
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Схвалено на засіданні кафедри менеджменту та адміністрування
(назва кафедри)

Протокол від «31» серпня 2026 року № 1

Завідувач кафедри менеджменту та адміністрування
(назва кафедри)



(підпис)

Ірина КІНАШ
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Узгоджено:

Завідувач випускової

кафедри менеджменту та адміністрування
(назва кафедри)



(підпис)

Ірина КІНАШ
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Гарант ОП Менеджмент
(назва програми)



(підпис)

Ірина КІНАШ
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

1 ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Мета і завдання дисципліни	Маркетингова діяльність підприємства є важливим елементом системи управління організацією (підприємством), що забезпечує вміння реалізовувати власні потреби підприємства у зростанні прибутків та розвитку, задовільняючи потреби споживачів, тобто реалізовувати власну діяльність через філософію маркетингу. Метою вивчення дисципліни є формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах, надання основних системних теоретичних і практичних знань з маркетингу і елементарних навичок при вирішенні задач і прийнятті рішень в умовах сучасного ринку, виходячи з альтернатив, в процесі здійснення ефективних обмінів при задоволенні людських потреб і отриманні вигоди. Завданням дисципліни є навчити студентів: - теоретичним та методичним підходам у сфері маркетингу для ефективної адаптації до змінних динамічних ринкових умов; - системно досліджувати та аналізувати ринки та суб'єктів ринкової діяльності з метою прийняття ефективних управлінських рішень; - застосовувати складові комплексу маркетингу з метою забезпечення прибутковості підприємства через задоволення потреб споживача; - розробляти тактичні та стратегічні рішення у сфері маркетингової діяльності підприємства.
Посилання на розміщення дисципліни на навчальній платформі	
Попередні вимоги для вивчення дисципліни / пререквізити	ПП.11 Підприємництво ПП.13 Економіка підприємства ПП.14 Бізнес статистика
Постреквізити	ПП.19 Управління персоналом; ПП.21 Економетрика; ПП.23 Управлінський аналіз; ПП.24 Операційний менеджмент; ПП.34 Виробнича практика
Результати навчання	ПРН5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПРН12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.
Компетентності	- загальні компетентності: ЗК 3 Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів) - спеціальні компетентності: ФК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації. ФК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації. ФК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. ФК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. ФК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

	ФК 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. ФК15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.
Підсумковий контроль, форма	іспит
Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)	• Комунікаційні навички (вміння вести переговори, домовлятися, переконувати) • Критичне мислення (логічне мислення, вміння спостерігати і виявляти суть, навички нестандартного мислення, спритність, винахідливість, і навіть креативність, адаптивність, здатність позитивно сприймати зміни, вміння комплексно підходити до вирішення проблем) • Лідерські якості (вміння уникати або вирішувати конфлікти, вміння створювати домовленості, союзи, угоди, навички ефективного делегування, менторство і здатність навчати) • Емоційний інтелект і позитивне мислення (стресостійкість і здатність приймати рішення в нестандартних умовах) • Уміння працювати в команді (взаємодіяти і спілкуватися з колегами на належному рівні, і прагнути до єдиного результату) • Самоорганізація (вміння працювати з інформацією, бажання вчитися)

2 ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1) щодо відвідування занять і поведінки на них

Згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу» (від 03.03.2025 р., наказ № 50) (<https://docs.google.com/document/d/1F2RSbIzvf49HMLvLIKV7kYVp6OjsNJGt/edit>) відвідування здобувачами вищої освіти всіх аудиторних занять з пропонованої дисципліни за чинним протягом семестру розкладом є обов'язковим. Спізнання на зазначені заняття – не допускаються.

Усі види навчальних занять можуть проводитися аудиторно (off line), дистанційно (on line, з використанням технологій дистанційного навчання) або у змішаному форматі. Конкретні форми проведення навчальних занять обумовлюються безпековою ситуацією (зокрема фактами воєнних дій, повітряних тривог, карантинних обмежень тощо) і визначаються рішенням адміністрації університету у вигляді відповідного наказу чи розпорядження, які доводяться до учасників освітнього процесу.

Важливою вимогою освітнього процесу, націленою на забезпечення ефективності навчання, є систематичне відвідування всіх занять здобувачами незалежно від форми їх проведення. При цьому обов'язковою вимогою є акуратний зовнішній вигляд, відповідний одяг, належна поведінка.

Усі види навчальних робіт і завдань слід виконувати вчасно, щоб зберігати загальний темп курсу, котрий сприяє ефективному засвоєнню матеріалу. Наслідками пропущених практичних занять без поважних причин, зазвичай, стають додаткові види самостійної роботи (домашня контрольна робота, усна відповідь, тестовий контроль, презентація).

При роботі в режимі відеоконференцій здобувачі повинні працювати із ввімкненими відеокамерами, приєднуватися до заняття з персональної корпоративної пошти. Найменування акаунту здобувача повинно містити його прізвище та ім'я для повної ідентифікації його особи.

2) щодо дотримання принципів академічної доброчесності

Здобувачі освіти зобов'язані неухильно виконувати «Положення про академічні доброчесність працівників та здобувачів вищої освіти Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу» (від 05.04.2022р., наказ №73). (<https://cutt.ly/mBXaYsd>). Зокрема, самостійно виконувати аудиторні завдання, не фальсифікувати свої результати навчання; уникати списування, не користуватися підказками інших осіб під час проведення заходів поточного

контролю знань; дотримуватися коректності в посиланнях на джерела інформації у разі запозичення відомостей, тверджень та ідей.

3) щодо оцінювання

Форма зарахування навчальної дисципліни відповідає вимогам навчального плану і враховує специфіку дисципліни, у тому числі поставлені цілі та результати навчання.

Здобувачів інформують на першому занятті з даної дисципліни про правила зарахування навчальної дисципліни, у тому числі – обсяг вимог, форми та критерії оцінювання. До всіх здобувачів застосовуються єдині принципи, вимоги та критерії оцінювання. Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: лекції – 50% семестрової оцінки, практичні роботи – 50 % семестрової оцінки.

Оцінювання знань здобувачів проводиться за результатами комплексного контролю за змістовним модулем ЗМ1. До екзамену допускаються здобувачі, які виконали усі види робіт, завдань, передбачених на семестр з даної навчальної дисципліни, відвідали усі, передбачені даною програмою навчальної дисципліни аудиторні навчальні заняття та набрали за поточну успішність кількість балів, не меншу за мінімальну – 35 балів, виконали та захистили курсову роботу. Заохочувальні бали (не більше 5) надаються за підготовку огляду проблемних тем, запропонованих викладачем, презентацій, доповідей, висвітлення тем самостійного опрацювання, тощо.

Пропуски занять без поважної причини відпрацьовуються здобувачем згідно розкладу консультацій, що подано на сайті кафедри Менеджменту та адміністрування.

При оцінюванні надається перевага стандартизованим методам, а за змістом оцінюється рівень сформованості умінь та навичок, що визначені в освітньо-професійній програмі підготовки першого бакалаврського рівня за спеціальністю 073 Менеджмент.

У разі застосування дистанційної технології навчання поточний та семестровий контроль здійснюється згідно «Положення щодо організації поточного, семестрового контролю та атестації здобувачів вищої освіти із застосуванням дистанційних технологій» Наказ № 262 від 22.10.2022 р. (<https://docs.google.com/document/d/1k1u-E7XpKvPKWcdyuuvulD-CqO5HoDmbYBeylnoxQ/edit>).

4) щодо кінцевих термінів (дедлайнів) та перескладання

Здобувач повинен протягом навчального семестру вчасно (до наступного заняття або визначеної дати) виконувати всі завдання, передбачені даною робочою програмою.

Умови допуску до перескладання модульного та підсумкового контролів, графік і форми перескладання регламентовані Положення про організацію освітнього процесу в ІФНТУНГ, зазначеному в пункті 1) цього розділу.

5) щодо визнання результатів навчання у неформальній освіті (у випадку наявності такої можливості)

Визнання результатів неформального навчання здобувача освіти можливе при поданні здобувачем заяви щодо визнання; ідентифікації задекларованих у письмовій формі результатів неформального навчання, які підлягають оцінюванню за даною дисципліною; оцінювання задекларованих результатів навчання особи; прийняття рішення про визнання та зарахування особи відповідних освітніх компонентів (складових освітніх компонентів) освітньої програми або відмову у визнанні, згідно Положення про порядок визнання результатів навчання отриманих у неформальній та інформальній освіті в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу (<https://cutt.ly/DwiK5quX>), (<https://drive.google.com/file/d/1dNeRLboAfc1NSbnaRlvO8FY2hNxrHiXQ/view>)

Результати пройденого здобувачем он-лайн курсу можуть бути враховані як частина (чи повною мірою) даної навчальної дисципліни, якщо вони відповідають окремим елементам змісту робочої програми та забезпечують необхідні компетентності і програмні результати навчання даної дисципліни.

Студент може самостійно обрати курс, який є цікавим для нього та відповідає його інтересам з поглиблення знань за даною дисципліною, на навчальних платформах поданих на сторінці відділу забезпечення якості освіти (<https://nung.edu.ua/departament/viddil-zabezpechennya-yakosti-osvity/neformalna-ta-informalna-osvita>)

Уніфікована інформація

6) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до Положення про звернення здобувачів вищої освіти з питань, пов'язаних з освітнім процесом, затвердженого наказом ректора університету № 43 від 24.02.2020 року. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://salo.li/4e3C9Ef>



7) щодо конфліктних ситуацій

Спілкування учасників освітнього процесу (викладачі, здобувачі) відбувається на засадах партнерських стосунків, взаємопідтримки, взаємоповаги, толерантності та поваги до особистості кожного, спрямованості на здобуття істинного знання. Вирішення конфліктних ситуацій здійснюється відповідно до Положення про вирішення конфліктних ситуацій в ІФНТУНГ, затвердженого наказом ректора університету № 44 від 24.02.2020 року. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://salo.li/Bf3dee7>



8) щодо опитування здобувачів

Після завершення курсу здобувачу надається можливість пройти опитування стосовно якості викладання дисципліни за покликанням <https://salo.li/87d1f3F>



9) щодо політики використання інструментів генеративного штучного інтелекту в навчальному процесі

Всі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися базових принципів використання інструментів генеративного штучного інтелекту відповідно до Положення про загальні політики використання інструментів генеративного штучного інтелекту в навчальному процесі ІФНТУНГ, затвердженого наказом ректора університету від 15.03.2024 року № 82. Ознайомитись з документом можна за покликанням <https://salo.li/1E36Aae>



3 ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3.1 Обсяг навчальної дисципліни

Ресурс годин на вивчення дисципліни згідно з чинним НП, розподіл за семестрами і видами навчальної роботи характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни

Найменування показників	Усього	Розподіл по семестрах	
		Семестр I	Семестр 4
Кількість кредитів ECTS	4		5
Загальний обсяг часу, год.	150		150
Аудиторні заняття, год., у т.ч.:	74		74
– лекційні заняття	34		34
– практичні/семінарські заняття	40		40
– лабораторні заняття	-		-
Самостійна робота, год	76		76
Форма семестрового контролю (іспит, залік, захист КР, захист КП)	іспит		іспит

3.2. Лекційні заняття

Тематичний план лекційних занять дисципліни характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 – Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Кількість годин	Література
М1	Маркетингова діяльність у системі управління підприємством	34	
ЗМ 1	Маркетингова концепція управління підприємством	6	
	1.1 Маркетинг – наука і практика сучасного бізнесу. Сутність та зміст, функції. 1.2 Причини виникнення, існування і розвиток маркетингу. 1.3 Еволюція комерційних підходів до бізнесу. Особливості американського та європейського підходів до маркетингу 1.4. Розвиток концепції маркетингу. 1.5 Класифікація маркетингу залежно від: цілей обміну, сфери застосування, територіальної ознаки, цілей ринкової орієнтації, виду діяльності, особливостей суб'єкта, видів попиту. 1.6 Становлення, розвиток та нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні. 1.7 Характеристики маркетингу: Економічні, психологічні, соціологічні характеристики 1.8 Категорії, що характеризують маркетинг: потреби, цінності, запити; попит, товар; вартість і цінність товару; задоволення споживачів; обмін, ринок. 1.9 Характеристики сучасного маркетингу: глобальність, латеральність, креативність, емоційність, інтерактивність, індивідуальність, екологічність. 1.10 Компоненти (засоби) маркетингу, "маркетинг-міх" 1.11 Роль маркетингу в системі менеджменту підприємства	6	1,2,3

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Кількість годин	Література
ЗМ 2	Дослідження маркетингового середовища підприємства	4	
	2.1Зміст та напрямки маркетингового дослідження ринку 2.2 Дослідження макросередовища 2.3Дослідження мікросередовища 2.4Дослідження внутрішнього середовища підприємства 2.5Процес маркетингового дослідження. 2.6Сегментування ринку та позиціонування товару 2.7Прогнозування розвитку ринку.	4	1,2,3
ЗМ 3	Маркетингова товарна політика підприємства	4	
	3.1Сутність маркетингової товарної політики. 3.2Три рівні товару за Ф.Котлером. 3.3 Класифікація товарів і асортиментна політика. 3.4 Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ) і його етапи. 3.5Якість і конкурентоспроможність товару. 3.6Товарні знаки й упаковка. 3.7Розроблення нового товару.	4	1,2,3
ЗМ 4	Маркетингова цінова політика	4	
	4.1Поняття та цілі цінової політики. 4.2Фактори ціноутворення. 4.3Етапи ціноутворення 4.4Основні цінові стратегії. 4.5Методи ціноутворення. 4.6Пристосування цін, цінова тактика. 4.7Управління цінами.	4	1,2,3
ЗМ 5	Маркетингова політика продажу	4	
	5.1Сутність, завдання, функції та елементи маркетингової політики продажу. 5.2Канали розподілу товарів, їх види, функції та проблеми формування. 5.3Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу. 5.4Маркетингові канали розподілу і управління ними. 5.5Оцінювання каналів розподілу. 5.6Форми організації оптової торгівлі. 5.7Види роздрібної торгівлі. 5.8Персональний продаж. 5.9Основи збутової логістики.	4	1, 2, 3
ЗМ 6	Маркетингова політика просування	4	
	6.1Формування і сутність системи маркетингових комунікацій 6.2Поняття іміджу (образу) фірми. 6.3Стратегія просування: витягування, прощтовхування 6.4Алгоритм планування СМК 6.5Характеристика складових СМК. 6.6Фактори, які визначають структуру СМК 6.7Методи визначення бюджету на просування товару. 6.8 Реклама. Паблік рілейшенз. Персональний продаж. Стимулювання збуту.	4	1, 2, 3,11
ЗМ 7	Організація маркетингової діяльності на підприємстві	2	
	7.1 Організація маркетингу на підприємстві. 7.2Види маркетингових структур	2	1, 2, 3

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Кількість годин	Література
	7.3 Концепція, методи та процес формування організаційних маркетингових структур		
ЗМ 8	Контроль маркетингу	2	
	8.1 Контроль маркетингу та етапи процесу контролю маркетингу 8.2 Напрямки контролю маркетингу. 8.3 Методи стратегічного та оперативного аналізу 8.4 Контроль результатів маркетингу 8.5 Маркетинговий аудит	2	1, 2, 3, 8, 9
ЗМ 9	План маркетингу підприємства	2	
	9.1 Сутність планування маркетингу. 9.2 План маркетингу. 9.3 Структура процесу маркетингового планування 9.4 Моделі прийняття стратегічних рішень 9.5 Види маркетингових стратегій	2	1, 2, 3,
ЗМ 10	Інформаційні технології маркетингу	2	
	10.1 Маркетинг в інформаційній економіці 10.2. Інтернет-маркетинг 10.3. Інформаційні системи маркетингу 10.4. Тренди інформаційних технологій маркетингу	2	1, 8, 9, 10, 11
	Усього годин	34	

3.3. Практичні (семінарські) заняття

Теми практичних (семінарських) занять дисципліни наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних (семінарських) занять

Шифри змістовних модулів та занять	Назви модулів і теми занять	Обсяг занять, год.	Література
ЗМ 1	Маркетингова концепція управління підприємством	4	1, 2, 3
П 1.1, 2	1. Поточний контроль знань (міні-тести). 2. Обговорення ситуаційних задач. 3. Розв'язування тематичних кросвордів.		
ЗМ 1	Класифікація маркетингу	4	1, 2, 3
П 1.3, 4	1. Поточний контроль знань (контрольна робота). 2. Обговорення кейсу.		
ЗМ 1	Характеристики маркетингу	4	
П 1.5, 6.	1. Поточний контроль знань (міні-тести). 2. Виконання ситуаційних вправ.		1, 2, 3
ЗМ 2	Дослідження маркетингового середовища підприємства	4	
П 2.1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). Виконання ситуаційних вправ		1, 2, 3
ЗМ 3	Маркетингова товарна політика	4	
П 3.1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). 2. Обговорення ситуаційних задач.		1, 2, 3
ЗМ 4	Маркетингова цінова політика	4	

П4. 1, 2	1. Поточний контроль знань (опитування). 2. Обговорення ситуативних вправ. 3. Розв'язування тематичних кросвордів.		1,2,3
ЗМ 5	Маркетингова політика продажу	4	
П5. 1, 2	1. Поточний контроль знань (міні-тести). 2. Обговорення ситуативних задач. 3. Розв'язування тематичних кросвордів.		1,2,3
ЗМ 6	Маркетингова політика просування	4	
П6. 1, 2	1. Поточний контроль знань (міні-тести). 2. Обговорення кейсу.		1,2,3
ЗМ 7	Організація маркетингової діяльності на підприємстві	4	
П 7. 1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). 2. Виконання ситуативних вправ.		1,2,3
ЗМ 8	Контроль маркетингу	4	
П 8. 1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). 2. Виконання ситуативних вправ.		1,2,3
ЗМ 9	План маркетингу підприємства	4	
П 9. 1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). 2. Виконання ситуативних вправ.		1,2,3
ЗМ 10	Інформаційні технології маркетингу	4	
П 10. 1, 2	1. Поточний контроль знань (тести). 2. Виконання ситуативних вправ.		8,9,10,11
Всього:		40	

3.4. Лабораторні заняття. Лабораторні заняття не передбачені.

3.5. Завдання для самостійної роботи здобувача

Види самостійної роботи в межах даного курсу наводяться у таблиці 4.

Таблиця 4– Види самостійної роботи

Найменування видів самостійної роботи	Кількість годин
Самостійне опрацювання лекційного матеріалу	20
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів, виконання практичних домашніх робіт	40
Підготовка до модульного контролю	10
Опрацювання матеріалу винесеного на самостійне вивчення.	6
Усього годин	76

Перелік матеріалу, який виноситься на самостійне вивчення, наведено у таблиці 5.

Таблиця 5 – Матеріал, що виноситься на самостійне вивчення

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, які виноситься на самостійне вивчення	Кількість годин	Література
ЗМ 6	Інформаційні технології маркетингу	6	
	Маркетингова діяльність підприємства в соціальних мережах	6	1, 11
	Усього годин	6	

Контроль за опрацюванням тем, винесених на самостійне навчання, входить до поточного оцінювання за відповідними змістовними модулями.

3.6. Курсовий проєкт/робота (за наявності)

Навчальною дисципліною не передбачено виконання курсової роботи.

4. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Основна література

1 Маркетингова діяльність підприємства: навчальний посібник / В. В. Зіновчук, Л. В. Тарасович, О. М. Буднік [та ін.] ; за ред. В. В. Зіновчука, Л. В. Тарасович. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Житомир: Вид-во О. О. Євенок, 2025. – 804 с
URL:<http://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/17077>

2 Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг.ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями – Харків: ТОВ «Оберіг», 2023.- 1155 с.
URL:<http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/6174/1/2023.pdf>

3 Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. 16-те вид. Київ : Наш формат, 2024. 720 с. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/b7a4f1e2e3c9a6f0b8e2a8e6f9c7c1c0.pdf>

4.2. Додаткова література

1. Stankovska I. M., Kochkodan V.B., Yanton-Drozdovska E. DIGITAL OILFIELD PERSONNEL DEVELOPMENT MANAGEMENT. THE ACTUAL PROBLEMS OF REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT: scientific journal. Ivano-Frankivsk: Publishing house of Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, 2021. Issue 17. V. 2. Pp.287-296
URL:<https://doi.org/10.15330/apred.2.17.287-296>

2. Станьковська І. М., Шиптур О. В. Аналіз складових системи управління персоналом на ПАТ «ІВАНО-ФРАНКІВСЬКГАЗ». *Публічне управління та адміністрування: конкурентні виклики сучасності*: Матеріали IV всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф.(Львів, 9 квітня 2021 р.) Львів: ТзОВ «Галицька видавнича спілка», 2021. С. 43-45 URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/187/zbirnik-09-04-2021.pdf>

3. Станьковська І. М, Шиптур О. В., Станьковський Т. В. Сценарне планування клієнтоорієнтованості підприємства. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ. 2022. Вип. 18. Т. 2. С.127-137. URL:<https://doi.org/10.15330/apred.2.18.127-137>

4. Alla Polyanska, Svitlana Savchuk, Ivanna Zapukhliak, Yaroslav Zaiachuk, and Irina Stankovska. Digital Maturity of the Enterprise as an Assessment of its Ability to Function in Industry 4.0. *MANUFACTURING 2022, LNME*, 2022. pp. 209 – 227.

5. Iryna Stankovska, Alla Polyanska, Taras Stankovskyi, Svitlana Savchuk *Cyfrowa transformacja procesów biznesowych w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju. Koncepcja zrównoważonego rozwoju w ekonomii, finansach i zarządzaniu @ Copyright by Ryszard Kamiński & Authors, Poznań 2023. Pp. 201-230. ISBN 978-83-966799-7-0*

6. Станьковська І. Тенденції управління якістю та конкурентоспроможністю в умовах четвертої промислової революції. Новий світогляд лідерства в умовах четвертої промислової революції та його вплив на вибір технології управління: Колективна монографія за редакцією д.е.н, професора Полянської А.С. Івано-Франківськ, 2024. 361 с. С.7-35 ISBN 978-966-694-411-8

7. Станьковська І.М., Смага Л.Р. Управління якістю програмного продукту ІТ-проектів в умовах кризи. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2024. Вип. 20. Т. 1. 426 с. С.247-255 doi: <https://doi.org/10.15330/apred.1.20.247-255>.

URL:<https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/issue/view/360>

8. Станьковська Ірина Мирославівна, Буртник Тетяна Володимирівна. Синергія стратегії, персоналу та маркетингу в управлінні конкурентоспроможністю підприємства «Актуальні проблеми менеджменту в умовах сучасних викликів» (Івано-Франківськ, 28–29 квітня 2026 року): матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2026. – 438 с. С.159-161 URL:

<https://nung.edu.ua/department/kafedra-menedzhmentu-ta-administruvannya/konferentsiya-aktualni-problemy-menedzhmentu-v>

9. Станьковська, І., Савчук, С., & Качмар, І. (2026). Застосування штучного інтелекту в управлінні конкурентоспроможністю підприємства та формуванні конкурентних переваг. *Економіка та суспільство*, (86). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-86-32> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/8043>

10. Станьковська І. М. Дутка І. П. Застосування методів маркетингового аналізу в стратегічному управлінні конкурентоспроможністю еколого-орієнтованих громадських організацій *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (серія: «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»)*, 2026. №1 (33) (2026). С.212-227 DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2026-1\(33\)-212-227](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2026-1(33)-212-227)

11. Маркетинг у соціальних мережах : навч. посіб. Тернопіль : Підручники і посібники, 2023. URL: <https://library.nung.edu.ua>

12. Окландер М. А. Поведінка споживачів. Київ : КНЕУ, 2024. URL: <https://ir.kneu.edu.ua>

5. ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ Й ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи навчання й оцінювання в межах даного курсу наводяться в таблиці 6.

Таблиця 6 – Забезпечення програмних результатів навчання відповідними формами та методами

Шифр програмного результату навчання	Методи навчання (МН)	Форми і методи оцінювання (МФО)
ПРН5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.	МН 1 - словесні методи (МН 1.1 - лекція, МН 1.2 - розповідь-пояснення); МН 2 - наочні методи (МН 2.4 - комп'ютерні і мультимедійні методи); МН 3 - практичні методи (МН 3.4 - практичні роботи); МН 15 - проблемно-пошуковий метод; МН 17 - дослідницький; МН 18 - методи самостійної роботи вдома;	МФО 1 - іспит, МФО 4 - поточний контроль; МФО 5 - усний контроль; МФО 6 - письмовий контроль МФО 8 – тестовий контроль
ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.	МН 1 - словесні методи (МН 1.1 – лекція, МН 1.2 – розповідь – пояснення, МН 1.3 – бесіда); МН 2 - наочні методи (МН 2.4 - комп'ютерні і мультимедійні методи); МН 3 - практичні методи (МН 3.1 – вправи, МН 3.4 - практичні роботи); МН 7 – аналітичний метод; МН 10 - метод узагальнення; МН 15 - проблемно-пошуковий метод; МН 17 – дослідницький метод; МН 18 - методи самостійної роботи вдома; МН 20 - інтерактивні методи (МН 20.1 - кейс-метод, МН 20.2 - дискусія, диспут, МН 20.3 - мозковий штурм, МН 20.7 - бесіда-діалог)	МФО 1 - іспит, МФО 4 - поточний контроль; МФО 5 - усний контроль; МФО 6 - письмовий контроль МФО 8 – тестовий контроль
ПРН12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.	МН 1 - словесні методи (МН 1.1 – лекція, МН 1.2 – розповідь – пояснення, МН 1.3 – бесіда); МН 2 - наочні методи (МН 2.4 - комп'ютерні і мультимедійні методи); МН 3 - практичні методи (МН 3.1 – вправи, МН 3.4 - практичні роботи); МН 7 – аналітичний метод; МН 10 - метод узагальнення; МН 15 - проблемно-пошуковий метод;	МФО 1 - іспит, МФО 4 - поточний контроль; МФО 5 - усний контроль; МФО 6 - письмовий контроль МФО 8 – тестовий контроль

	МН 17 – дослідницький метод; МН 18 - методи самостійної роботи вдома; МН 20 - інтерактивні методи (МН 20.1 - кейс-метод, МН 20.2 - дискусія, диспут, МН 20.3 - мозковий штурм, МН 20.7 - бесіда-діалог)	
ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.	МН 1 - словесні методи (МН 1.1 – лекція, МН 1.2 – розповідь – пояснення, МН 1.3 – бесіда); МН 2 - наочні методи (МН 2.4 - комп'ютерні і мультимедійні методи); МН 3 - практичні методи; МН 10 - метод узагальнення; МН 15 - проблемно-пошуковий метод; МН 17 – дослідницький метод; МН 18 - методи самостійної роботи вдома; МН 20 - інтерактивні методи (МН 20.1 - кейс-метод, МН 20.2 - дискусія, диспут, МН 20.3 - мозковий штурм, МН 20.7 - бесіда-діалог)	МФО 1 - іспит, МФО 4 - поточний контроль; МФО 5 - усний контроль; МФО 6 - письмовий контроль МФО 8 – тестовий контроль

Примітка: Методи навчання (МН) та форми і методи оцінювання (МФО) шифруються Згідно наказу ІФНТУНГ №150 від 24.06.2021 «Про шифрування методів навчання, методів і форм оцінювання».

6. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Розподіл балів, які здобувачі освіти можуть отримати за результатами кожного виду поточного та підсумкового контролю, наведено в таблицях 7.

Таблиця 7 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань здобувачів з дисципліни

Види робіт, що контролюються	Максимальна кількість балів
Контроль засвоєння теоретичних знань змістовних модулів М1 (у формі тестування МФО 6, МФО 8*)	50
Контроль засвоєння практичних навиків змістового модуля М1 :	
ЗМ 1, ЗМ 2. ЗМ 3 Практична робота 1 (МФО 4 - поточний контроль, письмовий МФО 6 та усного контролю МФО 5)	10
ЗМ 4, Практична робота 2 МФО 5, МФО 6	10
ЗМ 5, 6 Практична робота 3. МФО 5, МФО 6	10
ЗМ 7, 8. Практична робота 4. МФО 5, МФО 6	10
ЗМ 9. Практична робота 5. МФО 5, МФО 6	5
ЗМ 10. Практична робота 5. МФО 5, МФО 6	5
Сумарна оцінка поточного контролю (По)*	100
Форма підсумкової атестації – Іспит (МФО 1)	100
Іспитова оцінка (Іо)	
Підсумкова семестрова оцінка (Со)*	$Co = (Po + Io) / 2$

Остаточне оцінювання з дисципліни проводиться відповідно до вимог чинного Положення «Про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу студентів»

Сумарна оцінка поточного контролю (По) – сума оцінок поточного контролю здобувачів, а саме: результатів контрольних заходів, виконання практичних та інших робіт, передбачених робочою програмою.

За умови виконання усіх видів робіт, передбачених навчальним планом та програмою і підтвердження опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримано 35 балів за шкалою ЄКТС), здобувач вищої освіти допускається до семестрового контролю з дисципліни у формі диференційованого заліку.

Для визначення ступеня оволодіння навчальним матеріалом з подальшим його оцінюванням застосовуються рівні навчальних досягнень здобувачів вищої освіти, наведені в таблиці 8.

Таблиця 8 – Рівні навчальних досягнень

Рівні навчальних досягнень	Відсоток балу за виконання завдань	Критерії оцінювання навчальних досягнень	
		Теоретична підготовка	Практична підготовка
		Здобувач вищої освіти	
Відмінний	90...100	вільно володіє навчальним матеріалом, висловлює свої думки, робить аргументовані висновки, рецензує відповіді інших студентів, творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань	може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для вирішення поставлених перед ним завдань
Достатній	75...89	вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні недоліки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці	за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання
Задовільний	60...74	володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно, на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального матеріалу	має елементарні, нестійкі навички виконання завдання
Незадовільний	менше 60	має фрагментарні знання (менше половини) у незначному загальному обсязі навчального матеріалу; відсутні сформовані уміння та навички; під час відповіді допускаються суттєві помилки	планує та виконує частину завдання за допомогою викладача

Результати навчання з дисципліни оцінюються за 100-бальною шкалою (від 1 до 100) з переведенням в оцінку за традиційною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» відповідно до шкали, наведеної в таблиці 10).

Таблиця 10 - Шкала оцінювання: національна та ECTS

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS
Відмінно	90-100	A	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
Добре	82-89	B	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками
	75-81	C	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок
Задовільно	67-74	D	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю

			недоліків
	60-66	E	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії
Незадовільно	35-59	FX	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або скласти іспит
	0-34	F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота

7. ЗАСОБИ НАВЧАННЯ

В умовах очного навчання викладачем використовується навчальна аудиторія згідно розкладу, екран, мультимедійний проектор, ноутбук. Програмні продукти: пакет прикладних програм MS Office (Excel, Word, PowerPoint).

Ресурси Наукової бібліотеки ІФНТУНГ.

Дистанційне навчання (Змішане навчання) – проводяться з використанням платформи дистанційного навчання в системі Google Meet із застосуванням особистих портативних комп'ютерів студентів та засобів дистанційного навчання, розширено використовуються: Classroom, електронна пошта.