

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ КУЛЬТУРИ ТА СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

СИЛАБУС

КОНКУРЕНТНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Галузь знань	02	Культура і мистецтво
Освітньо-професійна програма		Менеджмент соціокультурних проєктів
Спеціальність	028	Менеджмент соціокультурної діяльності
Рівень вищої освіти		другий (магістерський)

ХДАК, 2021

Смлабус склав:

Афенченко Г.В., канд. соціолог. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту культури та соціальних технологій.

Мова навчання – українська.

Силабус затверджено на засіданні кафедри менеджменту культури та соціальних технологій.

Протокол від 30 серпня 2021 року № 2

Зав. кафедри менеджменту культури

та соціальних технологій _____ Альберт Церковний

Силабус затверджено на засіданні ради факультету культурології

Протокол від 30 серпня 2021 року № 1

Голова ради факультету _____ Олександр Кравченко

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва курсу	<i>КОНКУРЕНТНИЙ МАРКЕТИНГ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ</i>
Викладач (- і)	<i>Геннадій Владленович АФЕНЧЕНКО</i>
Профіль викладача (- ів)	hennadii_afenchenko@xdak.ukr.education , <i>Google Classroom</i>
Контактний телефон та емейл	
Інформація про консультації	<i>Згідно розкладу</i>
Логіка вивчення курсу	Дисципліна знаходиться у тісному зв'язку з такими ринковими дисциплінами як «Управління соціокультурними проектами», «Кроскультурний менеджмент та управління бізнес-комунікаціями», «Методи соціальних досліджень» та інші. Вона є фундаментом та теоретичною основою вивчення в подальшому таких дисциплін як «Комунікаційний менеджмент», «Маркетинг в соціальних медіа» та ін.

2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен навчитися орієнтації в наявній соціально-економічній ситуації, аналізувати кон'юнктуру галузевих ринків, а також проводити розробку стратегії поведінки фірми при подоланні вхідних бар'єрів до галузі та накопичувати конкурентні переваги на ринках при сегментації, диференціації продукту, реклами й ціноутворення.

3. МЕТА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Метою вивчення дисципліни «Конкурентний маркетинг» є оволодіння студентами основними поняттями та відомостями щодо маркетингу в різних сферах та галузях діяльності на різних типах ринків. Особливу увагу приділено виявленню причин, що викликають специфіку маркетингу в різних галузях, особливостей маркетингових послуг щодо міжгалузевого переливу капіталу.

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПР1. Відшукувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань так і особистісного розвитку.

ПР2. Використовувати на практиці фаховий науково-термінологічний апарат, вміти представляти підсумки виконаної роботи.

ПР6. Аналізувати та оцінювати ризики, приймати ефективні рішення з питань соціокультурної діяльності.

ПР9. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, соціокультурних стратегій і проектів державною та іноземною мовами.

ПР12. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх практичні результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

5. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	<i>Обов'язкова, професійна компонента ОПП Менеджмент соціокультурних проектів</i>
--------------	---

Формат курсу	<i>Денна (заочна) форма навчання, 2-й семестр</i>
Обсяг курсу	Кількість кредитів – 3 Загальна кількість годин – 90 Тижневих годин для денної форми навчання - 2 аудиторних – 30 самостійної роботи студента - 60
Технічне і програмне забезпечення	<i>Зазначте обладнання, яке використовується в освітньому процесі</i>
Форми, види навчальних занять та методи навчання	Форми: навчальні заняття, самостійна робота, контрольні заходи Види: лекції, практичні заняття, робота в Інтернеті, самостійна робота. Вивчення навчальних посібників та першоджерел. Виступи з оглядом результатів досліджень. Виконання письмової роботи за темами. Методи: Пояснювально-ілюстративний: лекція, розповідь, бесіда, роз'яснення. Репродуктивний: бесіда, опитування практичні вправи. робота з пропонованими джерелами. Частково-пошуковий Проблемного викладення: розв'язання ситуацій з просування культурних благ, навчальний диспут
Поточний контроль	Індивідуальне і фронтальне опитування на практичних заняттях, поточне тестування, співбесіда, навчальний диспут. виконання індивідуальних та парних кейсових завдань
Підсумковий контроль	<i>Іспит</i>
Політика курсу	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Дедлайні та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-5 балів). Перескладання тем відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин (лікарняний і т. ін.).</i> • <i>Академічна доброчесність: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Користування джерелами інформації (списування) під час поточного тестування та складання іспитів заборонені (в т. ч. з використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</i> • <i>Відвідування занять: участь та виконання завдань на практичних заняттях є обов'язковою складовою системи оцінювання (накопичення балів). За форс-мажорних обставин (хвороба, стажування, пандемія і т. п.) навчання може відбуватись в он-лайн режимі за погодженням з адміністрацією ЗВО.</i>

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем	Разом годин	Лекційні	Семінарські	Практичні	Сам. робота
-------------	-------------	----------	-------------	-----------	-------------

Тема 1. Значення конкуренції в економічному житті суспільства	9	2	-	-	7
Тема 2. Конкурентоздатність фірми в галузі і шляхи її досягнення	11	2	-	2	7
Тема 3. Дослідження загальногосподарської кон'юнктури	11	2	-	2	7
Тема 4. Вивчення кон'юнктури галузевих товарних ринків	14	4	-	2	8
Тема 5. Інформаційна підтримка конкурентоздатності компанії	9	2	-	-	7
Тема 6. Корпоративні маркетингові стратегії конкурентної поведінки	14	4	-	2	8
Тема 7. Конкурентна політика регіональних адміністрацій в умовах глобалізації	10	2	-	-	8
Тема 8. Державна політика регулювання монополій	12	2	-	2	8
Всього	90	20	-	10	60

7. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:

Відповідь під час семінару — 1-5;

Письмове тестування — до 10 балів

Звіт про виконання самостійної роботи (реферат, есе тощо) – 7-8 балів

Можлива кількість балів, набраних до підсумкової форми контролю — до 60 балів.

Підсумковий контроль (іспит) – до 40 балів

Схема нарахування балів, які отримують студенти

<i>T1</i>	<i>T2</i>	<i>T3</i>	<i>T4</i>	<i>T5</i>	<i>T6</i>	<i>T7</i>	<i>T8</i>	Підсумковий контроль	Сума
7 балів	7 балів	7 балів	8 балів	7 балів	8 балів	8 балів	8 балів	До 40	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	не зараховано з
35-59	FX	незадовільно з можливістю	

		повторного складання	можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

До Силабусу підготовлені матеріали навчально-методичного комплексу, які розміщуються у профілі викладача:

1. *Навчальний контент (робоча програма)*
2. *Плани семінарських занять*
3. *Плани практичних занять*
4. *Завдання для самостійної роботи*
5. *Завдання для поточного та підсумкового контролю*
6. *Рекомендована література до курсу*