

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.



2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма Маркетинг
Спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

ВИКЛАДАЧ *Калюжна Юлія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу*

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри кафедри управління
персоналом і маркетингу

Протокол №_1_ від "25" серпня 2025 р.
В.о. завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу

В.В. Малтиз

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

В.В.Малтиз

2025 рік

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



Зв'язок з викладачем (викладачами):

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=14935>

E-mail: kalyuzhnaya.ju@gmail.com

Телефон: (061)228-76-25 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: ZOOM, Telegram – за вибором викладача

Кафедра: Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74 (5корпус ЗНУ), ауд.218-А

1. Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Технології розробки управлінських рішень» спрямована на формування у студентів здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах невизначеності та динамічного маркетингового середовища. Вона забезпечує розвиток аналітичних, стратегічних та дослідницьких навичок, необхідних для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

Предмет вивчення навчальної дисципліни: процеси розробки, ухвалення та реалізації управлінських рішень у маркетингу з використанням сучасних методів, інструментів та технологій.

Метою викладання є формування у студентів компетентностей, що забезпечують здатність аналізувати маркетингове середовище, розробляти та впроваджувати управлінські рішення, орієнтовані на досягнення стратегічних цілей організації.

Курс «Технології розробки управлінських рішень» ґрунтується на знаннях, здобутих студентами під час вивчення дисциплін з маркетингу на попередніх рівнях, і спрямований на їх поглиблення та практичне застосування. Він акцентує увагу на сучасних підходах до аналізу даних, інтерактивному управлінні рішеннями, інноваційних маркетингових практиках і глобальних тенденціях.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Технології розробки управлінських рішень» є:

- оволодіння методами аналізу внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища;
- набуття навичок використання сучасних інформаційних та аналітичних технологій у прийнятті рішень;
- формування вміння розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії й проєкти;
- здатність здійснювати оцінку ефективності управлінських рішень із застосуванням ключових показників та інноваційних методів;
- розвиток умінь стратегічної співпраці зі стейкхолдерами та впровадження інновацій у маркетингове управління.

Відповідно до структурно-логічної схеми курс належить до циклу професійної підготовки освітньої програми та ґрунтується на знаннях, отриманих під час здобуття вищої освіти бакалаврського освітньо-кваліфікаційного рівня, поглиблюючи їх. Вивчається паралельно з дисципліною «Методологія наукових досліджень» і передуює вивченню дисципліни «Оцінювання ефективності маркетингових рішень».

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень
Паспорт навчальної дисципліни



Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Нормативна	
Семестр	1 -й	1 -й
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість годин	180 год.	
Лекційні заняття	28 год.	10 год.
Практичні заняття	28 год.	8 год.
Самостійна робота	124 год.	162 год.
Консультації	https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/economy/navchalnij_protsesi Вівторок 12:00-12:55 Ідентифікатор конференції: 296 367 4599 Код доступу: 1234	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=14935	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. 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.	Репродуктивні методи: Пояснювально-ілюстративний метод: Використовується для передачі теоретичних знань та понять про різні технології розробки управлінських рішень. Метод роботи з навчальними та методичними матеріалами: Проблемно-пошукові методи: Метод проблемного викладу: Студентам пропонуються реальні бізнес-ситуації, де вони повинні виявити проблеми	Поточний контроль передбачає такі теоретичні завдання: - Усне опитування і обговорення лекції; - Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом; Поточний контроль передбачає такі практичні завдання: - Розв'язання задач; - Розв'язання практичних завдань. - Презентація власних досліджень.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК10 Здатність оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM. Р3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р16 Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.	та запропонувати стратегії їх вирішення з використанням технологій розробки управлінських рішень. Навчальні дискусії: Стимуються обговорення та аналіз різних підходів до прийняття управлінських рішень, що сприяє розвитку критичного мислення та обґрунтованим аргументаціям. Наочні методи: Використання схем, моделей та алгоритмів: Студентам можуть бути представлені схеми або моделі процесів управління, які вони вивчають та аналізують для кращого розуміння роботи різних технологій. Практичні методи: Практичні та контрольні завдання	
---	---	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень

Тема 1: Основи теорії прийняття управлінських рішень.

Еволюція підходів до прийняття управлінських рішень: від класичних моделей до сучасних концепцій evidence-based management.

Тема 2: Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень.

Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень. Принципи поведінкової економіки (Р.Талер) у прийнятті управлінських рішень.

Змістовий модуль 2. Методи і прийоми розробки та прийняття управлінських рішень

Тема 3: Дослідження внутрішнього середовища підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень

Методи аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Ситуаційний аналіз і SWOT/PEST/VRIO-методології. Древа рішень. Agile-підходи у прийнятті рішень. Роль комунікацій, крос-функціональної взаємодії та фасилітації команд у процесі управління. Інноваційні підходи до планування та оцінювання результатів управлінських проєктів.

Змістовий модуль 3 Використання цифрових технологій, CRM- програм та інших програмних продуктів у прийнятті управлінських рішень

Тема 4: Програмні продукти в сфері маркетингових досліджень. CRM-програми. Інтеграція AI у маркетингові стратегії

Типи програмних продуктів в сфері маркетингових досліджень. Використання програмних продуктів у прийнятті управлінських рішень. Інтеграція AI у маркетингові стратегії.

Тема 5: Гейміфікація, UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень.

Гейміфікація для залучення клієнтів та розвиток клієнтоорієнтованих стратегій. UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень.

Змістовий модуль 4 Маркетингові комунікації, нові медіа та теорія поколінь

Тема 6: Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу.

Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу. Сучасні канали маркетингових комунікацій: соціальні мережі, месенджери, інфлюенсери та блогери. Контент-маркетинг як інструмент формування довіри та лояльності клієнтів.

Тема 7: Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha).

Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha). Практичні кейси застосування нових медіа (TikTok, Instagram, YouTube) для різних поколінь споживачів.

Змістовий модуль 5 Інноваційні підходи до маркетингового управління

Тема 8: Інноваційні підходи до маркетингового управління

Сучасні інноваційні стратегії у маркетингу. Омніканальні підходи до роботи з клієнтами. Успішні кейси впровадження інновацій у маркетингове управління світових компаній.

Змістовий модуль 6 Стратегічне партнерство та співпраця в маркетингу

Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами: підходи та інструменти

Форми стратегічного партнерства в умовах цифрової економіки. Управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами (stakeholder management). Краудсорсинг і ко-креація як методи розробки маркетингових рішень. Інструменти побудови бізнес-екосистем та партнерських мереж.

Змістовий модуль 7 Удосконалення прийняття стратегічних управлінських рішень

Тема 10: Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження та моніторинг.

Використання аналітичних методів для оцінки ефективності маркетингових рішень та стратегій: застосування ключових показників продуктивності та інструментів аналізу результатів. Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження і моніторинг змін з урахуванням динаміки ринку та інноваційних тенденцій. Застосування аналітичних інструментів у маркетингових дослідженнях: вимірювання та оцінка ефективності рекламних кампаній, аналіз даних про споживачів та їх поведінку.

Використання ключових показників ефективності (KPI) у маркетинговому аналізі: визначення, вимірювання та моніторинг результатів маркетингових стратегій.

Змістовий модуль 8 Маркетингова аналітика і фінансова ефективність

Тема 11: Фінансово-економічна оцінка маркетингових рішень

ROI, ROMI та інші показники ефективності маркетингових інвестицій. Бюджетування та контроль маркетингових витрат. Баланс між короткостроковою та довгостроковою ефективністю. Інтеграція фінансових і маркетингових KPI у стратегічне управління. Аналіз фінансово та маркетингової документації

Змістовий модуль 9 Глобальні тенденції та маркетингові інновації

Тема 12: Міжнародний маркетинг: особливості стратегій та управління в глобальному масштабі

Особливості міжнародного маркетингу: адаптація маркетингових стратегій до різних культурних та економічних контекстів. Вплив глобальних тенденцій на маркетингові практики: цифрова трансформація, зростання екологічної свідомості, зміна споживчих уподобань тощо.

Змістовий модуль 10 Етичні аспекти та корпоративна відповідальність в маркетингу. ESG-принципи.

Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи. ESG-фінансування

Розгляд етичних проблем у маркетингових практиках: обґрунтування та етичні межі рекламних стратегій, дотримання прозорості та правдивості взаємин з клієнтами. Роль корпоративної відповідальності у маркетинговій діяльності: стратегії сталого розвитку, вплив бренду на суспільство та довкілля. Управлінські рішення у сфері сталого розвитку та ESG

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття / роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Лекція	Тема 1: Основи теорії прийняття управлінських рішень. Тема 2: Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень.	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 1: Основи теорії прийняття управлінських рішень. Тема 2: Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень.	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 1: Основи теорії прийняття управлінських рішень. Тема 2: Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень.	12	15	
Лекція	Тема 3: Дослідження внутрішнього середовища підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 3: Дослідження внутрішнього середовища підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 3: Дослідження внутрішнього середовища підприємства для прийняття	12	15	
Лекція	Тема 4: Програмні продукти в сфері маркетингових досліджень. CRM-програми. Інтеграція AI у маркетингові стратегії Тема 5: Гейміфікація, UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень.	3	1	щотижня

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



Практичне заняття	Тема 4: Програмні продукти в сфері маркетингових досліджень. CRM-програми. Інтеграція AI у маркетингові стратегії Тема 5: Гейміфікація, UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень.	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 4: Програмні продукти в сфері маркетингових досліджень. CRM-програми. Інтеграція AI у маркетингові стратегії Тема 5: Гейміфікація, UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень.	12	15	
Лекція	Тема 6: Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу. Тема 7: Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha).	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 6: Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу. Тема 7: Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha).	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 6: Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу. Тема 7: Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha).	12	15	
Лекція	Тема 8: Інноваційні підходи до маркетингового управління	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 8: Інноваційні підходи до маркетингового управління	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 8: Інноваційні підходи до маркетингового управління	12	15	
Лекція	Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами: підходи та інструменти	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами: підходи та інструменти	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами: підходи та інструменти	12	15	
Лекція	Тема 10: Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження та моніторинг.	3	1	щотижня

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



Практичне заняття	Тема 10: Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження та моніторинг.	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 10: Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження та моніторинг.	12	15	
Лекція	Тема 11: Фінансово-економічна оцінка маркетингових рішень	3	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 11: Фінансово-економічна оцінка маркетингових рішень	3	1	щотижня
Самостійна робота	Тема 11: Фінансово-економічна оцінка маркетингових рішень	12	15	
Лекція	Тема 12: Міжнародний маркетинг: особливості стратегій та управління в глобальному масштабі	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 12: Міжнародний маркетинг: особливості стратегій та управління в глобальному масштабі	2		щотижня
Самостійна робота	Тема 12: Міжнародний маркетинг: особливості стратегій та управління в глобальному масштабі	14	21	
Лекція	Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи. ESG-фінансування	2	1	щотижня
Практичне заняття	Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи. ESG-фінансування	2		щотижня
Самостійна робота	Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи. ESG-фінансування	14	21	

5. Види і зміст контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання**	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 1: Основи теорії прийняття управлінських рішень Які основні підходи до прийняття управлінських рішень існують? Які фактори впливають на процес прийняття управлінських рішень? Які методи можна використовувати для підтримки рішень у менеджменті?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



		Тема 2: Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень Як психологічні фактори впливають на процес ухвалення рішень? Які типові поведінкові помилки зустрічаються при прийнятті управлінських рішень? Як можна мінімізувати вплив когнітивних упереджень на рішення?		
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Правильна відповідь на тестове питання 0,16	3
	Самостійна робота	Проведіть аналіз трьох різних моделей прийняття рішень у вашій організації або знайдених кейсах та визначте їхні сильні та слабкі сторони.		1
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	2			6
2	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 3: Дослідження внутрішнього середовища підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень Які елементи внутрішнього середовища компанії слід аналізувати перед прийняттям рішень? Які методи збору та аналізу інформації про внутрішнє середовище підприємства існують? Як оцінка ресурсів та компетенцій компанії впливає на ефективність управлінських рішень?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,16	3
	Самостійна робота	Розробіть план впровадження Agile-підходу для покращення процесу прийняття рішень у обраній команді або відділі.		1
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	2			6
3	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 4: Програмні продукти в сфері маркетингових досліджень. CRM-програми. Інтеграція AI у маркетингові стратегії	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1	2

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



		Які основні програмні продукти використовуються для маркетингових досліджень? Типи CRM-програм. Як аналітичні інструменти допомагають приймати маркетингові рішення? Які переваги та обмеження існують у застосуванні програмних продуктів для аналізу ринку? Які AI-інструменти використовуються у маркетингу (назвати приклади AI-сервісів та пояснити, як саме їх ефективніше використовувати у реалізації маркетингової стратегії при прийнятті управлінських рішень)? Тема 5: Гейміфікація для залучення клієнтів та розвиток клієнтоорієнтованих стратегій. UX та дизайн-мислення як інструмент пошуку нестандартних рішень Як гейміфікація впливає на поведінку споживачів? Які принципи UX та дизайн-мислення можна застосувати для покращення клієнтського досвіду? Як інтегрувати клієнтоорієнтовані стратегії у маркетингові рішення?	б.	
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
	Самостійна робота	Складіть коротку інструкцію, як можна використати CRM-програму Creatio для підвищення ефективності продажів.		1
Усього за ЗМ 3 контр. заходів	2			6
4	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 6: Роль комунікацій у прийнятті управлінських рішень у маркетингу Яку роль відіграють внутрішні та зовнішні комунікації у прийнятті рішень? Як комунікаційні стратегії впливають на ефективність маркетингових рішень? Які інструменти комунікації найефективніші для підтримки управлінських рішень? Тема 7: Теорія поколінь та її значення для розробки комунікаційних стратегій (X, Y, Z, Alpha) Які ключові відмінності між поколіннями X, Y, Z та Alpha у споживчій поведінці? Як знання про покоління впливає на вибір комунікаційних каналів?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



		Які стратегії ефективної взаємодії з різними поколіннями клієнтів можна застосувати?		
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,16	3
	Самостійна робота	Створіть коротку контент-стратегію для одного продукту для різних поколінь (X, Y, Z, Alpha).		1
Усього за ЗМ 4 контр. заходів	2			6
5	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 8: Інноваційні підходи до маркетингового управління Які сучасні інноваційні підходи застосовуються у маркетинговому управлінні? Як цифрові технології змінюють маркетингові процеси? Які переваги використання інноваційних методів у прийнятті рішень?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,16	3
	Самостійна робота	Опишіть приклад інноваційної маркетингової стратегії з реальної компанії і запропонуйте, як її можна адаптувати до іншої галузі.		1
Усього за ЗМ 5 контр. заходів	2			6
6	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами: підходи та інструменти Які типи стратегічного партнерства існують у бізнесі?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення	2

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



		Як ідентифікувати ключових стейкхолдерів для ефективної співпраці? Які інструменти та методи взаємодії використовуються для управління стейкхолдерами?	питання, висвітлення базових питань -1 б.	
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
	Самостійна робота	Складіть схему потенційних партнерів і стейкхолдерів для вигаданого бізнес-проекту та запропонуйте методи взаємодії.		1
Усього за ЗМ 6 контр. заходів	2			6
7	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 10: Адаптивне управління маркетинговими стратегіями: впровадження та моніторинг. Які основні аналітичні методи застосовуються у маркетингових дослідженнях? Як оцінювати ефективність маркетингових кампаній за допомогою даних? Які KPI слід використовувати для вимірювання результатів маркетингових рішень?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
	Самостійна робота	Проведіть аналіз результатів рекламної кампанії (вигаданої або реальної) за допомогою KPI та складіть короткий звіт із висновками про ефективність.		1
Усього за ЗМ 7 контр. заходів	2			6
8	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 11: Фінансово-економічна оцінка маркетингових рішень	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення	2

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



		ROI, ROMI та інші показники ефективності? маркетингових інвестицій. Принципи бюджетування та контролю маркетингових витрат? Показники для аналізу фінансової та маркетингової документації?	питання, висвітлення базових питань -1 б.	
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
Усього за ЗМ 8 контр. заходів	2	Опишіть, як ви зміните маркетингову стратегію у відповідь на зміни поведінки споживачів, пов'язані з повномасштабною війною в Україні. Як змінилась поведінка споживачів?		6
	Самостійна робота	Розрахуйте ефективність маркетингової кампанії обраної компанії, використавши показники ROI або ROMI. Зробіть короткий висновок, чи були інвестиції у маркетинг доцільними.		1
9	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 12: Міжнародний маркетинг: особливості стратегій та управління в глобальному масштабі. Які основні відмінності міжнародного маркетингу від внутрішнього? Які стратегії міжнародного маркетингу можна застосовувати для вдосконалення глобального управління? Які інструменти та методи можна використовувати для успішного управління міжнародним маркетингом?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання задач тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
	Самостійна робота	Порівняйте міжнародний та внутрішній маркетинг за основними ознаками (ринок, споживач, стратегія) та запропонуйте коротку стратегію виходу українського бренду на зарубіжний ринок. Обґрунтуйте вибір двома аргументами.		1
Усього за ЗМ 9 контр. заходів	2	Виберіть продукт і запропонуйте три напрямки покращення маркетингової стратегії для виходу на новий міжнародний ринок.		6

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



10	Теоретичне завдання – опитування (усне)	Питання для підготовки до усного опитування: Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи. ESG-фінансування Які етичні проблеми можуть виникати у рекламі, продажу та обслуговуванні клієнтів у маркетингу? Як можна зменшити ризики виникнення етичних конфліктів у маркетингових практиках? Які принципи сталого розвитку та ESG-фінансування?	Повне висвітлення питання-2 б., Часткове висвітлення питання, висвітлення базових питань -1 б.	2
	Практичне завдання - виконання практичних робіт	Зміст практичної роботи: Розв'язання кейс-завдань тестування	Розв'язання завдання з роз'ясненням дій та висновками – 2 б., Розв'язання задачі з роз'ясненням дій без висновків або із зауваженнями у висновках – 1 б. Правильна відповідь на тестове питання 0,1б	3
	Самостійна робота	Проаналізуйте рекламну кампанію будь-якої компанії на предмет етичних порушень і запропонуйте альтернативні рішення.		1
Усього за 3М 10 контр. заходів	2			6
Усього за змістові модулі				60
Підсумковий контроль				
Залік	Тестування	Тестування за матеріалом курсу дозволяє перевірити Теоретичні знання студента та проводиться в СЕЗН MOODLE.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 2 бали.	40
Усього за підсумковий контроль				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторниурсом)		

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень
6. Основні навчальні ресурси



Рекомендована література

1. Бідюк П.І., Тимошук О.Л., Коваленко А.Є., Коршевніук Л.О. Системи і методи підтримки прийняття рішень. Київ: КПП ім.Ігоря Сікорського, 2022. 610 с.
2. Бідюк П.І., Тимошук О.Л., Коваленко А.Є., Коршевніук Л.О. Системи і методи підтримки прийняття рішень. Київ: КПП ім.Ігоря Сікорського, 2020. 259 с. 4
3. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : НАУ, 2022. 204 с.
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053902.pdf>.
4. Боровик М. В. Управлінські рішення: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2022. 81 с.
5. Герлах І. В. Методи прийняття управлінських рішень : навч.-метод. рек. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2023. 40 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi81/0060695.pdf>.
6. Іванов М. М., Череп О. Г., Малтиз В. В., Терент'єва Н. В. Маркетинг : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 171 с.
URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2021/09/0047054.docx>.
7. Інформаційне управління підтримки прийняття рішень в економіці : метод. рек. / уклад.: І. В. Козін, В. О. Лось. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 50 с.
URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2021/04/0046179.doc>.
8. Менеджмент: Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
9. Сабадуха В. О. Філософія критичного мислення та прийняття рішень: підручник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2023. 679 с.
10. Dzwigol Hk. 2020. Innovation in marketing research: quantitative and qualitative analysis. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/77087>
11. Kaliuzhna I.V., Raev. E.Yu. Marketing efficiency: a spatial evaluation model. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. 2020. № No. 1 (45). P. 119-122. URL: <http://journalsofznu.zp.ua/index.php/economics/article/view/348/321>. (Index Copernicus)
12. Lopez L. M., Ishizaka A., Qin J., Carrillo P. A. Multi-Criteria Decision-Making Sorting Methods: Applications to Real-World Problems. London : Academic Press, 2023. 268 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0055409/>.
13. Ivanov M., Ivanov S., Cherep O., Terentieva N., Maltiz V., Kaliuzhna I., Lyalyuk V. Fuzzy modelling of big data of HR in the conditions of industry 4.0. CEUR Workshop Proceedings. 2020. Vol. 2713. P. 295-314. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2713/paper30.pdf>. / Scopus
14. Strunz U. G. The Impact of Individual Expertise and Public Information on Group Decision-Making. Wiesbaden : Springer Gabler, 2021. 185 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi66/0048498.pdf>
15. Takemura K. Escaping from Bad Decisions: A Behavioral Decision-Theoretic Perspective. London : Academic Press, 2021. 520 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0050268/>
16. Loftus S. C. Basic Statistics with R: Reaching Decisions with Data. London : Academic Press, 2022. 283 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi68/0050223/>.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



17. Jana C., Pal M., Balas V. E., Yager R. R. Picture Fuzzy Logic and Its Applications in Decision Making Problems. London : Academic Press, 2024. 284 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0057854/>.

18. Danielson M., Ekenberg L. Real-Life Decision-Making. Boca Raton : CRC Press, 2024. 126 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0055403.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
3. Журнал Маркетинг в Україні. URL: <http://mr.com.ua/>
4. Журнал Маркетинг і реклама. URL: <http://uam.in.ua/ua/projects/marketing-in-ua/>
5. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>



Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом засвоєння дисципліни. За систематичні пропуски занять та не виконання завдань без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на в системі Moodle. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Політика академічної доброчесності

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до матеріально-технічної бази університету, виконувати графік освітнього процесу, не допускати академічної заборгованості або вчасно ліквідовувати її.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час лекційних занять телефони та інші персональні гаджети не вилучаються, але необхідно їх перевести у беззвучний режим.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. У окремих випадках викладач надає Viber/Telegram або електронну пошту.

Визнання результатів неформальної / інформальної освіти

З даної дисципліни визнаються результати неформальної освіти згідно «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти». <http://surl.li/evcjl>. Доступність зазначеного документа для учасників освітнього процесу забезпечується шляхом його розміщення на офіційному веб-сайті ЗНУ <http://surl.li/emvpz>.

За наявності сертифікату, свідоцтва програми тощо, про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікацій та іншого з тематики (однієї з тем з змістовного модуля) навчальної дисципліни. Дотичність тематики, відповідність досягнутих результатів навчання та кількість додаткових балів, визначається викладачем. Документи, що підтверджують участь здобувача в відповідних заходах, мають бути подані викладачу до початку сесії.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень
ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ



ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методикку проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://surl.lu/hfjbya>

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, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://surl.li/qgacqa>

Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до:

Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://surl.li/unwzzm>

Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://surl.lu/xkxmuz>

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Кабінет практичного психолога Марті Ірини Вадимівни – навч. корп. №4, каб. №235 (понеділок, середа, четвер 9.00-11.00, 13.00-15.00), навч. корп. №9 (ІННІ) каб.57 (п'ятниця 9.00-11.00, 13.00-15.00), гуртожиток №6 (вул. Добролюбова, 19, середа 9.00-11.00, 13.00-15.00). Попередній запис за тел.: 228-76-48, (099) 253-78-73 щоденно з 9 до 15.

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ

Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://surl.li/ivcwih>

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Технології розробки управлінських рішень



СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>