



Силабус курсу Внутрішній маркетинг

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: IV, Семестр: VII

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівниця курсу

ПІП

к.е.н., старша викладачка **Борисяк Олена Володимирівна**

Керівниця центру інноваційного розвитку та тренінгів ЗУНУ, консультантка з дизайну кар'єри, тренерка, проєктна менеджерка, 8 років досвіду пошуку і підбору персоналу, 6 років досвіду маркетингу послуг у сфері зайнятості молоді, 2 роки досвіду помічниці керівника

Контактна
інформація

e-mail: o.borysiak@wunu.edu.ua, **тел.** +380987901913
Fb @Olena Borysiak **Instagram** @olena.borysiak

Опис дисципліни



Дисципліна “Внутрішній маркетинг” спрямована на поглиблення та удосконалення:

- **знання** організації маркетингової діяльності на підприємстві, компонентів внутрішнього маркетингу, формування лояльності клієнтів до послуг на засадах корпоративних цінностей;

- **уміння** використовувати внутрішній ресурсний потенціал для забезпечення інноваційного розвитку підприємства;

- **навичок** оптимізації управлінських процесів маркетингової діяльності, впровадження технологій з ефективною комунікації, маркетингу персоналу, брендингу і підприємницької етики.

В умовах розвитку поведінкової економіки і цифрового суспільства використання внутрішнього маркетингу на підприємстві є мотиваційним інструментом для персоналу вивчати і впроваджувати інновації у практичній діяльності, а також є інноваційним інструментом у забезпеченні конкурентних переваг підприємства на ринку.

Дисципліна орієнтує на набуття практичних навичок використання компонентів внутрішнього маркетингу як в системі управління маркетингом, так і в системі стратегічного управління підприємства сфери послуг.

На заняттях (тренінги, лекції, майстер-класи, вебінари, семінари) використовуються інтерактивні технології навчання, у тому числі з елементами коучингу, фасилітації, проєктної діяльності.

Структура курсу

№ п/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	1. Роль і місце внутрішнього маркетингу у системі управління маркетингом підприємства	Знати сутність поняття внутрішній маркетинг, компоненти внутрішнього маркетингу, функції внутрішнього маркетингу, вміти визначати переваги впровадження внутрішнього маркетингу у системі управління маркетингом підприємства	Тести, кейси
2	2. Формування корпоративних цінностей і підприємницька етика	Знати технології формування корпоративних цінностей, сутність поняття підприємницька етика, визначати корпоративні цінності при розробці стратегії управління підприємством, основні компоненти розвитку ринку послуг, обґрунтовувати роль забезпечення сталого розвитку підприємства.	Тести, кейси
3	3. Брендіві технології забезпечення лояльності клієнтів	Проводити аналіз переваг внутрішнього ресурсного потенціалу у формуванні бренду, визначати внутрішні чинники впливу на поведінку споживачів, вміти використовувати офлайн- та онлайн-брендіві технології забезпечення лояльності клієнтів.	Тести, кейси
4	4. Інноваційний розвиток і проєктна діяльність підприємства	Поглибити знання сутності понять інновації, інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, вміти визначати внутрішній ресурсний потенціал підприємства для створення інновацій, застосовувати моделі проєктного управління у забезпеченні інноваційного розвитку та інвестиційної привабливості підприємства.	Тести, кейси
5	5. Оптимізація організаційно-управлінської структури підприємства	Поглибити знання з видів організаційно-управлінських структур, вміти визначати переваги використання моделей проєктного управління підприємством, проводити оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів для забезпечення ефективного просування товару на ринок.	Тести, кейси
6	6. Види каналів комунікації на підприємстві	Поглибити знання з формування комунікативної політики підприємства, каналів комунікації, вміти використовувати цифрові канали комунікації.	Тести, кейси
7	7. Маркетинг персоналу	Знати сутність поняття маркетинг персоналу і функції маркетингу персоналу, вміти визначити роль людського капіталу у ресурсному забезпеченні підприємства, використовувати технології розвитку і мотивації персоналу.	Тести, кейси

Літературні джерела

1. Борисяк О. В. Діджиталізація внутрішнього маркетингу транспортних підприємств в умовах розвитку «зеленої» енергетики. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : зб. тез доп. III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнар. участю [м. Тернопіль, 19-20 травня 2020 р.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 50-51.
 2. Борисяк О. В. Проєктний підхід до створення інклюзивного середовища для розвитку персоналу енергосервісної компанії. Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті : національна візія та виклики глобалізації : зб. тез доп. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених [м. Тернопіль, 14-15 травня 2020 р.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 52-53.
 3. Борисяк О. В., Щербина Ю. М. Трансформація маркетингових комунікацій підприємства в умовах діджиталізації бізнес-процесів. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнар. участю [м. Тернопіль, 24-25 жовтня 2019 р.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 14-15.
 4. Борисяк О. В. Формування бренду користування зеленим транспортом в умовах євроінтеграції. Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонного регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції [м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 11-12 листопада 2020 р.]. Чернівці : Технодрук, 2020. С. 11-14.
 5. Brych V., Borysiak O., Brych B. Digital marketing of energy service companies' personnel in the context of socio-economic development // Strategies for sustainable socio-economic development and mechanisms their implementation in the global dimension : collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia : VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2019. Vol. 3. P. 309-317.
 6. Borysiak O., Brych V., Brych B. Digital marketing components of providing information about energy service companies in the conditions of green energy development // New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges : collective monograph / scientific edited by M. Bezpartochnyi // VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia : VUZF Publishing House «St. Grigorii Bogoslov», 2020. Vol. 2. P. 231-240.
 7. Brych V., Manzhula V., Borysiak O., Liakhovych G., Halysh N., Tolubyak V. Communication Model of Energy Service Market Participants in the Context of Cyclic Management City Infrastructure. 2020 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Deggendorf, Germany, 2020, pp. 678-681, doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208902.
 8. Інституційні засади і маркетингові імперативи сталого розвитку [Електронний ресурс] : монографія / Т. М. Борисова, Г. Л. Монастирський, В. М. Островерхов, О. В. Борисяк [та ін.] ; за ред. Т. М. Борисової, Г. Л. Монастирського. Тернопіль : Економічна думка ЗУНУ, 2020. 340 с.
- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
 - **Політика щодо академічної доброчесності:** Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання практичних завдань/задач.
 - **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються додаткові бали до модулів (до 15 балів). За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-3) - тести, завдання	30
Модуль 2 (теми 4-7) - тести, завдання	40
КПІЗ - індивідуальна письмова робота, участь в тренінгу	30
Залік	

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом