НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

Силабус навчальної дисципліни

«ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ»
«HOLISTIC MARKETING»

Освітньо-наукова програма: «Маркетинг»
Спеціальність: D5 Маркетинг
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента вибору фахового переліку
Курс	1 (перший)
Семестр	2 (другий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити / 120 год.
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Теоретико-методологічні засади та компоненти холістичного (цілісного) маркетингу, в тому числі сутність, завдання та особливості його основних компонентів: інтегрованого маркетингу, внутрішнього маркетингу, маркетингу взаємовідносин, соціальновідповідального маркетингу. Причини масштабності холістичного маркетингу та комплексності створення і реалізації його конкретних дієвих механізмів, їх впровадження з урахуванням різних сфер економічної діяльності, що генерує широке поле для наукових досліджень та практичного застосування холістичного маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Дисципліна формує у здобувачів системні теоретичні знання, розуміння методології і багатоаспектність концепції холістичного маркетингу, здатність генерувати інноваційні ідеї та розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницькоінноваційної діяльності у сфері маркетингу в різних галузях з урахуванням сучасних світових тенденцій, набуття практичних умінь і навичок щодо системного управління маркетингом як процесу сучасного управління підприємствами.
Чому можна навчитися (результати навчання)	**РН01.** Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. **РН02.** Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. **РН04.** Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. **РН06.** Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотримання норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної

	проблеми. **РН10.** Планувати і виконувати експериментальні та/або теоретичні дослідження з маркетингу сталого розвитку та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	**Інтегральна компетентність:** **ІК.** Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. **Загальні компетентності:** **ЗК01.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. **ЗК02.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК04.** Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності. **Спеціальні (фахові) компетентності:** **СК01.** Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямах. **СК06.** Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. **СК07.** Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. **СК09.** Здатність ініціювати, розробляти і реалізовувати комплексні інноваційні наукові проекти в сфері маркетингу сталого розвитку та дотичні до неї міждисциплінарні проекти, застосовувати сучасні методи наукометрії під час їх реалізації. **СК11.** Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.
Навчальна логістика	**Зміст дисципліни:** теоретико-методологічний базис холізму, системного підходу та холістичного маркетингу; особливості розвитку концепції холістичного маркетингу в Україні; виклики та завдання застосування системного підходу до формування холістичного маркетингу на сучасному підприємстві; складова «інтегрований маркетинг» у холістичному маркетингу; складова «внутрішній маркетинг» у холістичному маркетингу; складова «маркетинг взаємовідносин» у холістичному маркетингу; складова «соціально-відповідальний маркетинг» у холістичного маркетингу; формування стратегії підприємства на засадах холістичного маркетингу; використання та удосконалення методів «виходу» підприємства на нові ринки на засадах холістичного маркетингу; імплементація принципів та методів холістичного маркетингу в

	діяльність авіаційних підприємств. **Види занять:** лекції, практичні. **Методи навчання:** під час навчальних занять, як практичних, так і лекційних, використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри). **Форми навчання:** денна / заочна.
Пререквізити (основні)	Базується на дисциплінах: «Філософія науки», «Правове забезпечення наукових досліджень», «Проєктне та економічне забезпечення наукових досліджень», «Інформаційне забезпечення наукових досліджень», «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу», «Інтелектуальний аналіз даних в маркетингу», «Стратегічне управління ланцюгами створення споживчої цінності».
Пореквізити (основні)	Знання можуть бути використані під час здійснення практичної професійної діяльності, написання дисертаційної роботи.
Інформаційне забезпечення	**Навчальна та наукова література:** 1. Фісун, Ю., & Марчук, В. (2023). Концепція холістичного маркетингу: теоретичні аспекти та особливості практичного застосування. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*, *1*(47), 61-69. DOI: https://doi.org/10.55643/ser.1.47.2023.480 2. Сібрук, В., Сібрук, А. (2023). Еволюція холістичного маркетингу: основні аспекти та сучасний стан. *Економіка та суспільство,* (49). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-3 3. Окландер М.А. Маркетинг як економічна наука. *Маркетинг і цифрові технології.* 2020. Том 4, № 4. С. 62–70. 4. Колесник М.В., Созинова І. В., Василевський В.О. Комунікаційна інфраструктура збутової стратегії як холістична властивість розвитку сучасних бізнес-моделей. *Сталий розвиток економіки.* 2024. № 3 (50). URL: https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal 5. Бєлова Т.Г., Дунін М.Є.Оцінювання діяльності підприємства на засадах холістичного маркетингу. *Інфраструктура ринку.* 2023 Випуск 70. С. 50-53. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct70-9 6. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ярмолюк О.Я. Концептуальні підходи до стійкого розвитку промислових підприємств на засадах холістичного маркетингу. Інфраструктура ринку. Електронне науково-практичне фахове видання. Одеса.: ПНДІЕІ, 2022. Вип. № 66. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022 7. Бондаренко, В. М., Коваленко, Н. О., & Барилович, О. М. (2026). Холістичний маркетинг у системі стратегічного управління та ринкової орієнтації сучасних підприємств. *Актуальні проблеми сталого розвитку*, *3*(5), 721-728. DOI: https://doi.org/10.60022/3(5)-83S 8. Борисенко, О., Фісун, Ю., & Суворова, І. (2026). Стратегічне управління товарною пропозицією та комунікаційними процесами в маркетингу послуг в умовах омніканальності: холістичний підхід. *Київський економічний науковий журнал*, (13), 16-25. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-765X/2026-13-2 9. Колесник М. В., Касьянова Н. В., Чернишова Т. В. Маркетингова стратегія як фактор розвитку інноваціонної інфраструктури. *Український журнал прикладної економіки та техніки.* 2022. Том 7. № 3. С. 155-162. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-3-21 10. Крикавський Є. В., Дейнека О. В., Фарат О. В. Маркетинг

	взаємин : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021. 272 с.Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2022. 540 с. 11. Князєва, Т. (2026). Холістичний маркетинг як парадигма управління діяльністю підприємства в системі міжнародного маркетингу. *Економіка та суспільство*, (88). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-88-13	
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, Імерсивно-мультифункціональний хаб, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання.	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульна контрольна робота, диференційований залік	
Кафедра	Кафедра маркетингу	
Факультет	Факультет менеджменту, фінансів та маркетингу (ФМФМ)	
Викладач		**КОЛЕСНИК МАКСИМ ВІТАЛІЙОВИЧ** **Посада:** доцент кафедри менеджменту **Науковий ступінь:** кандидат економічних наук **Вчене звання:** доцент **Профіль викладача:** https://mzedp.nau.edu.ua/wp-content/uploads/2025/11/Kolesnyk_CV.pdf **Тел.:** (044) 406-68-22 **E-mail:** maksym.kolesnyk@npp.kai.edu.ua **Робоче місце:** 2.206а
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс	
Лінк на дисципліну	Після формування групи слухачів створюється кабінет в Google Classroom з необхідними матеріалами для навчання	
Максимальна кількість слухачів	50	