

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

### «Маркетинг підприємства»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Інтернет-маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІВ НПП, який веде дану дисципліну,  
**Миколаївна**  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада  
маркетингу

**Захаренко-Селезньова Анжела**

старший викладач кафедри

Контактний телефон	+38-066-296-04-56
Електронна адреса	<a href="mailto:angella.zs.68@gmail.com">angella.zs.68@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://http://www.marketing.puet.edu.ua">http://http://www.marketing.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

#### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Набуття глибоких теоретичних знань з питань теоретичних основ і конкретних методів обґрунтування рішень у сфері маркетингу, для підвищення ефективності функціонування підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економіки бізнесу, основ маркетингу, маркетингу партнерських відносин, інфраструктури товарного ринку.
<b>Мова викладання</b>	Українська

#### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<ul style="list-style-type: none"><li>Вміти визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки (ПР04).</li><li>Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК06).</li><li>Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні (ЗК07).</li><li>Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК08).</li></ul>

<p>рішень у сфері маркетингу (ПР09).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів (ПР10).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК09).</li> <li>Здатність працювати в команді (ЗК10).</li> <li>Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі (СК03).</li> <li>Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06).</li> <li>Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (СК07).</li> <li>Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень (СК08).</li> <li>Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу (СК12).</li> </ul>
---	--

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль I Маркетингова діяльність на підприємстві</b>		
Сутність, завдання і тенденції розвитку маркетингу на підприємствах	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темою: маркетинг, як система діяльності підприємства на ринку
Стратегії маркетингу підприємства.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: ринки товарів та особливості маркетингової діяльності на них; огляд стратегій, що застосовуються на ринку
Організація та функціонування маркетингових підрозділів на підприємстві.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: планування маркетингової діяльності на підприємстві; різновид організаційних структур відділів маркетингу в діяльності підприємств різних форм власності.
Маркетингові дослідження на ринку.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: кон'юнктура ринку продукції підприємства; формування і дослідження попиту на товари.
Маркетинг у галузі закупівлі товарів.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: специфіка маркетингу у галузі закупівлі товарів; моніторинг ринку постачальників.
<b>Модуль II. Управління комплексом маркетингу на підприємстві</b>		
Товарна політика та управління асортиментом продукції.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: дослідження конкурентоспроможності товару; формування товарної політики підприємства на основі маркетингу.
Цінова політика на підприємстві.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: роль цінової політики у маркетинговій діяльності; особливості формування цін на продукцію у підприємствах різних сфер діяльності.
Управління розподілом і збутом готової продукції.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування і регулювання збутових запасів; маркетингова логістика.
Комунікаційна політика підприємства.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: огляд комплексу маркетингових комунікацій; застосування маркетингових комунікацій на підприємствах.
Контроль, аналіз та	Відвідування занять; обговорення	Виконання практичних завдань за темами:

ефективність маркетингової діяльності.	матеріалу занять; виконання практичних завдань.	планування в маркетингу; сутність та види маркетингового контролю на підприємствах; формування маркетингового плану розвитку підприємства.
--	---	--

### Інформаційні джерела

1. Захаренко-Селезньова А.М. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами / А.М. Захаренко-Селезньова, В.М. Трайно, Н.І. Яловега // Вісник ХНУ (Економічні науки). 2021 № 1, С. 44-48.
2. Іваннікова М.М. Маркетингове управління конкурентними перевагами підприємства/М Іваннікова - Науковий вісник ПУЕТ: Economic Sciences, 2014. <http://www.journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/68/62>
3. Карпенко Н.В. Управління маркетингом на торговельному підприємстві / Н.В. Карпенко, Н.І. Яловега // Науковий вісник ПУЕТ. Серія: Економічні науки. - Полтава: ПУЕТ, 2018. - №1 (86). - С. 62-67. <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1440/1252>
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.
5. Джефрі К. Лайкер. Філософія Toyota / Джефрі К. Лайкер. – К.: Наш формат, 2017. – 424с.
6. Перспективи розвитку інноваційної структури на виробничих підприємствах / Захаренко-Селезньова А.М.- С116-118. // «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма)– Полтава, 2021.
7. Використання інтегрованих маркетингових комунікацій для формування конкурентних переваг підприємства / Захаренко-Селезньова А.М.- С.32-33. // I International Scientific and Practical Conference «RICERCHE SCIENTIFICHE E METODI DELLA LORO REALIZZAZIONE: ESPERIENZA MONDIALE E REALTÀ DOMESTICHE» Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції. 14.05.2021 - Болонья, ІТА, 2021

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» ([http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_akademichnu\\_dobrochesnist\\_2020.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf)); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>

## Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-8): відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (4 бали); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (6 балів); тестування (2 бали); поточна модульна робота (6 балів)	50
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни