

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«B2B маркетинг»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Іваннікова Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: у месенджерах, електронною поштою
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Набуття глибоких теоретичних знань з питань теоретичних основ і конкретних методів обґрунтування рішень у сфері маркетингу, формування взаємовідносин між підприємствами у сфері B2B, для підвищення ефективності функціонування підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
Тривалість	5 кредитів ЕКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи нарративів, кейсів,) самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; тестування; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із основ економічних та маркетингових дисциплін.
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
● Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.(ПР05).	● Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.(ЗК03) ● Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (ЗК06). ● Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06). ● Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів(СК07). ● Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу(СК12).

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Сфера застосування маркетингу B2B		
Тема 1. Відмінності B2B та B2C маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темою: маркетинг, як система діяльності підприємства на ринку
Тема 2. Маркетингові дослідження підприємств сфери B2B	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.
Тема 3. Концепція маркетингу для підприємств сфери B2B	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: структура та складові комплексу маркетингу в сфері B2B
Тема 4. Аналіз конкурентного середовища підприємств сфери B2B	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: дослідження конкурентоспроможності товару; формування товарної політики підприємства на основі маркетингу.
Тема 5. Ринкові перспективи в сфері B2B	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: кон'юнктура ринку продукції підприємства; формування і дослідження попиту на товари.
Модуль 2: Маркетингова діяльність на ринку товарів промислового призначення		
Тема 6. Споживач у B2B маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: формування програми лояльності споживачів
Тема 7. Стратегія B2B маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: Формування комплексу маркетингових взаємовідносин між учасниками бізнес-ринку.
Тема 8. Логістичні стратегії B2B маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування і регулювання збутових запасів; маркетингова логістика.

Інформаційні джерела

- Industrial marketing: Dr. Latika Ajitkumar Ajbani Assistant Professor School of Commerce & Management Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University, Nashik. Режим доступу: <https://bit.ly/3DmnuYt>
- Industrial marketing: lecture notes. Режим доступу: <https://bit.ly/3iOqxPC>
- Scale Your B2B Customer Obsession With A Go-To-Customer Strategy [Електронний ресурс]. URL: <https://bit.ly/3LvGkiN>
- Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 187–190. DOI: [10.32702/2306-6806.2020.4.187](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.4.187) Режим доступу: <https://bit.ly/3JV4ToH>
- Лозовська Г.М., Голубьонкова О.О. Комплексне використання новітніх методів маркетингових досліджень у системі маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості. Український журнал прикладної економіки. 2021 рік. Том 6. № 1. 224. Режим доступу: <https://bit.ly/3715PJy>
- Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : Монографія / За заг. редакцією д.е.н., проф. Н. В. Карпенко. – К. : ЦУЛ, 2016. – 252 с. – URL : <https://bit.ly/35qHRas>
- Могилевська О.Ю. Маркетингова система в забезпеченні стійкого розвитку промислових підприємств: теорія, методологія, практика: монографія. Київ. КиМУ. 2020. 505 с.
- Промисловий маркетинг : Навч.-метод. Посіб. Для самост. вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. Режим доступу: <https://bit.ly/35Fz3O9>
- Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки: науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра економ. наук Дейнеко Л.В. НАН України, ДУ Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. Київ, 2018. 158 с.

10. Романова Д.В. Управління кадровим потенціалом як важливий складник внутрішнього маркетингу //Сучасні питання економіки і права: зб.наук.праць.-К: КиМУ,2019 Випуск 1(9)-261с, с. 51-60
11. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал: монографія / за ред. В.П. Вишневського та С.І. Князева; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. Київ: Академперіодика, 2020. 188 с.

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); 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>; Положення про зарахування результатів неформальної освіти

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 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