

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг будівельної галузі»

на 2023-2024 навчальний рік

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

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

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

Контактний телефон	+380506147458
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Формування системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність знань з маркетингу
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі,	ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
--	--

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Особливості маркетингу будівельної галузі		
Тема 1. Сутність, зміст і завдання маркетингу будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Специфічні риси будівельної галузі.
Тема 2. Напрями діяльності підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Види та напрями діяльності будівельних підприємств
Тема 3. Специфіка маркетингової діяльності будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Маркетингова діяльність підприємств будівельної галузі. Міжнародні практики маркетингової діяльності будівельних підприємств
Тема 4. Цільовий ринок та методика його вибору.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; поточна модульна робота	Учасники ринку будівельної галузі
Модуль 2. Комплекс маркетингу підприємств будівельної галузі		
Тема 5. Маркетингові дослідження ринку будівельних підприємств	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Вибір оптимального методу маркетингового дослідження ринку будівництва
Тема 6. Поведінка споживача підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Характеристика та особливості поведінки споживачів будівельних підприємств
Тема 7. Маркетингові комунікації підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Побудова комплексу маркетингових комунікацій будівельного підприємства
Тема 8. Товар в системі маркетингу підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Асортимент та якість продукції будівельної галузі
Тема 9. Маркетингове ціноутворення підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Система маркетингового ціноутворення та вивчення цинових ризиків будівельних підприємств
Тема 10. Управління розподілом продукції підприємств будівельної галузі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Логістичні мережі підприємств будівельної галузі

Інформаційні джерела

1. Building Industry Partners. <https://www.buildingip.com/>
2. Germany's thriving construction market. <https://www.gtai.de/en/invest/industries/environmental-technologies/building-industry>
3. Адамська І. Сучасний стан й тенденції розвитку будівельної галузі України. Галицький економічний вісник. 2019. № 5. С. 7–15.
4. Будівельна галузь у 2019 році. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/stroitel'naya-otrasl-2019-godu-pokazalarekordnyy-1579790957.html>
5. Будівельні компанії та забудовники: <https://vn.com.ua/ua/developers>
6. Бутенко В.Ю. Маркетингові дослідження підприємств будівельної галузі / Н.В. Карпенко, В.Ю. Бутенко // Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч 2. – с.76-81. Режим доступу: <https://cutt.ly/3McKIZJ>
7. Головна аналітика введеного в експлуатацію житла. URL: <http://budport.com.ua/news/12888-golovna-analitikavvedenogo-v-ekspluataciyu-zhitla-za-rik-vvedeno-na-57-menshe>
8. Дмитренко, В. І. (2020). СТРУКТУРА ТА ОСНОВНІ СУБ'ЄКТИ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ: БЕЗПЕКОВИЙ АСПЕКТ. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (1 (57), 147–154. <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/283/298>
9. Загальні підсумки діяльності будівельної галузі за 2021 рік: <https://cutt.ly/j2rUEEw>
10. Іваннікова М. М. Digital marketing technologies for small and medium enterprises / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова // Економічний вісник НТУУ «КПІ». - Київ, 2021. - № 18. <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/233926>
11. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с. <https://cutt.ly/Q2rUINF>
12. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К. : НАУ, 2022. – 68 с <https://cutt.ly/h09kQAE>
13. Обсяги будівництва та виробництва будівельних матеріалів в Україні: реальна ситуація. URL: <http://budport.com.ua/news/15423-obsyagi-budivnictva-ta-virobnictva-budivelnih-materialiv-v-ukrajni-realna-situaciya>
14. Бойко С.С. Маркетингова діяльність підприємств будівельної галузі / В.М. Траїно, С.С. Бойко // Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч 2. – с.71-76. Режим доступу: <https://cutt.ly/3McKIZJ>
15. Перелік будівельних підприємств України: <http://rada.com.ua/ukr/catalog/?sector=14>

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://www.puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>
http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне та підсумкове 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 5-10): 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