

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни  
**«Трейд-маркетинг»**  
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс
Освітня програма/спеціалізація	«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

**Захаренко-Селезньова А.М.**

ст. викладач кафедри маркетингу

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	

### Опис навчальної дисципліни

<b>Анотація навчальної дисципліни</b>	Дисципліна «Трейд-маркетинг» є вибірковою дисципліною поглибленої професійної підготовки. Вона формує у здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня спеціальності «Маркетинг» концептуальні та методологічні знання у сфері маркетингового управління збутом, що дає їм змогу обирати відповідні маркетингові технології та інструменти для реалізації завдань розвитку і зростання в контексті обраної тематики наукового дослідження. Дисципліна викладається для здобувачів денної та заочної форм навчання. При викладанні дисципліни використовуються проблемні і оглядові лекції, активні і творчі форми проведення практичних занять, зокрема захист індивідуальних робіт у вигляді презентацій, застосування дистанційної складової спілкування у режимі Moodle.
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Формування у здобувачів системи спеціальних знань та умінь стосовно ефективного трейд-маркетингу (планування та започаткування торговельного бізнесу, формування торговельних підприємств та їх мереж, організація, мотивація та контроль за здійсненням окремих торговельних бізнес-процесів та торговельно-технологічних процесів, тощо).
<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, самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; виконання та захист індивідуальних модульних завдань; поточні модульні тестування. Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економіки бізнесу, основ маркетингу, маркетингових досліджень, маркетингу послуг, маркетингового ціноутворення, маркетингової товарної політики, маркетингового аналізу, поведінки споживачів.
<b>Мова викладання</b>	Українська

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

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (ПР2).</li> <li>застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПР8).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК04).</li> <li>здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК07).</li> <li>здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК08).</li> <li>здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11).</li> <li>здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12).</li> <li>здатність планування та провадження маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в умовах невизначеності (СК15).</li> </ul>

**Тематичний план навчальної дисципліни**

<b>Назва теми</b>	<b>Види робіт</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>
<b>Модуль I. Сутність і значення Трейд-маркетингу</b>		
Тема 1. Предмет та завдання трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення теоретичного матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: характеристика окремих видів торговельного бізнесу; сутність, цілі, завдання трейд-маркетингу
Тема 2. Управління рекламними технологіями в трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: управління рекламною діяльністю в трейд-маркетингу; сутність і специфіка; нестандартні прийоми реклами
Тема 3. Сучасні комунікативні Atl, Btl технології реклами в трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: Основна маркетингова суть Atl, Btl технологій; Atl, Btl технології на сучасному ринку маркетингових комунікацій; засоби формування зведених даних для підтримки маркетингових рішень.
Тема 4. Мотивація і стимулювання в трейд-маркетингу.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: економічний зміст і характеристика стимулювання збуту; етапи здійснення стимулювання збуту; методи оцінювання приграми стимулювання збуту.
Тема 5. Інструменти трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: завдання компанії, які можна вирішити за допомогою інструментів трейд-маркетингу.
Підсумковий модульний контроль за модулем I.		Підсумкове тестування за модулем I. Індивідуальне завдання до модулю I.
<b>Модуль II. Оперативне та стратегічне управління продажами</b>		
Тема 6. Стратегія і тактика управління продажем	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: поєднаний план дій вдосконалення системи продажу; робочі інструменти для покращення роботи відділу продажів; автоматизація системи продажу.
Тема 7. Організаційні моделі трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: просування різних груп товарів безпосередньо в торговельних точках; франчайзинг, як організаційно-економічна модель розвитку торговельного бізнесу.
Тема 8. Організація та управління основними бізнес-процесами в торгівлі на засадах маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: організація продажу та збутова політика торговельного підприємства.
Тема 9. Контроль в системі трейд-маркетингу.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: система контролю та нагляд за діяльністю суб'єктів торговельного бізнесу
Тема 10. Нормативно-правове регулювання в трейд-маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: дозвільна система в торговельному бізнесі
Підсумковий модульний контроль за модулем II.		Підсумкове тестування за модулем II. Індивідуальне завдання до модулю II.

1. Заруба В.Я., Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібної торгівлі: навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. – Харків: НТУ «ХПІ», 2019. – 106 с.
2. Захаренко-Селезньова А.М. Трейд-маркетинг як комплекс впливу на попит в інфраструктурі товарного ринку // Теоретико-наукові основи актуальних завдань. Матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції. Лісабон, Португалія. 2022. С. 294-296 / [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://isg-konf.com/uk/theoretical-and-science-bases-of-actual-tasks-two/>
3. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу: навч. посібник / О.В. Виноградова. – Київ, 2019. – 230 с.
4. Савицька Н.Л. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова, А.В. Красноусов, К.С. Олініченко. - Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2017. – 214 с.
5. Соломянюк Н.М. Трейд-маркетинг як складова маркетингового планування / [Електронний ресурс] Н. М. Соломянюк / Режим доступу: [http://www.economy.in.ua/pdf/11\\_2013/14.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/11_2013/14.pdf)
6. Торговельне підприємництво : монографія / за наук. ред. С. В. Князя. - Л. : «Львівська Політехніка», 2015. – 724 с.
7. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України [Електронний ресурс]: від 01.06.2000 № 1775-Ш, редакція від 02.03. 2014 на підставі 767-18 / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>.
8. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України [Електронний ресурс]: від 05.04.2007 № 877-У, редакція від 11.08.2013 на підставі 406-18, // Законопроекти / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/877-16>.

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

1. 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).
2. 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.
3. 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..
4. 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](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 оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): виконання тестів; виконання практичних завдань; виконання індивідуального модульного завдання; поточна модульна робота	50
Модуль 2 (теми 5-8): виконання тестів; виконання практичних завдань; виконання індивідуального модульного завдання; поточна модульна робота	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