

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг промислового підприємства»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	II курс, I семестр
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр, 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	+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 пн-пт згідно графіка консультацій
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, для підвищення ефективності функціонування промислових підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
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 (демонстрування, пояснення, бесіда, модерация, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), 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.	● Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ● Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ● Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ● Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ● Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

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

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Основи промислового маркетингу		
Тема 1. Сутність, завдання і концепції промислового маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темою: маркетинг, як система діяльності підприємства на ринку
Тема 2. Ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності на ньому.	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. Стратегії промислового маркетингу	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
Тема 4. Конкуренція на промислових ринках	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. Кон'юнктура ринку промислових товарів	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. Товарна політика та управління асортиментом продукції на промислових підприємствах	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: специфіка маркетингу у галузі закупівлі товарів; моніторинг ринку постачальників.
Тема 7. Цінова політика промислового підприємства	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.
Тема 8. Управління розподілом і збутом продукції промислового призначення	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування і регулювання збутових запасів; маркетингова логістика.

**Інформаційні джерела
Основні**

- Industrial marketing: Dr. Latika Ajitkumar Ajbani Assistant Professor School of Commerce & Management Yashwantrao Chavan Maharashtra Open University, Nashik. Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11884/1/Industrial%20marketing.pdf>
- Industrial marketing: lecture notes. Режим доступу: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11885/1/Industrial_Marketing.pdf
- Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612с.
- Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства. : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 620с.
- Промисловий маркетинг : Навч.-метод. Посіб. Для самост. вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. Режим доступу: <https://bit.ly/35Fz3O9>
- Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : Монографія / За заг. редакцією д.е.н., проф. Н. В. Карпенко. – К.:

Додаткові

7. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
8. Вачевський М. Промисловий маркетинг: Основи теорії і практики: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. — Дрогобич: НВЦ "Каменярь", 2004. — 253с.
9. Кривешко О.В. Сучасна концепція маркетингу на вітчизняних підприємствах / О.В. Кривешко, М.В. Замроз, Г.С. Кудницька // Ефективна економіка. – 2021. - №6. – URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf
10. Крикавський С. Промисловий маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. / Національний ун-т "Львівська політехніка". — 2. вид. — Л. : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2004. — 472с.
11. Нечаєв В. П. Промисловий маркетинг : Навч. - метод.посіб.для самост. вивчення дисципліни / В.П. Нечаєв. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.
12. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг. Навч.посіб.2-ге вид. / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 364 с.
13. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : Монографія / За заг. редакцією д.е.н., проф. Н. В. Карпенко. – К. : ЦУЛ, 2016. – 252 с. – URL : <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>
14. Сенишин О.С. Маркетинг: навч. посібник / О.С. Сенишин, О.В. Кривешко. – Львів: Львівський національний університет імені Івана-Франка, Простір – М, 2020. – 347с.
15. Старостіна А. О., Длігач А. О., Кравченко В. А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика: Підручник / А.О. Старостіна (ред.). — К. : Знання, 2005. — 764с.

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 (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 6-8): 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