

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Галузевий маркетинг»
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший 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	angella.zs.68@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://http://www.marketing.puet.edu.ua он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою даної навчальної дисципліни є підготовка до роботи в відділах маркетингу, збуту та комерційних службах підприємства. У результаті вивчення курсу в студентів повинно сформуватися розуміння специфіки маркетингової діяльності організацій різної галузевої приналежності.
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, самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань; виконання та захист індивідуальних модульних завдань. Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економіки бізнесу, основ маркетингу, інфраструктури товарного ринку, маркетингових досліджень, маркетингу послуг, маркетингового ціноутворення, маркетингової товарної політики, маркетингового аналізу, поведінки споживачів.
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР01. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ПР11. Використовувати методи маркетингового аналізу та інтерпретувати його результати в процесі вирішення найпростіших маркетингових завдань з метою вдосконалення маркетингової діяльності	ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ринкового суб'єкта.	СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль I. Теоретичні засади маркетингової діяльності підприємств різних галузей.		
Тема 1. Маркетинг освітніх послуг	Відвідування занять; обговорення теоретичного матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: основні маркетингові проблеми галузі; розробка маркетингової стратегії ВНЗ; хто може бути постачальником освітніх послуг.
Тема 2. Сучасні маркетингові стратегії підприємств галузі інформаційних технологій	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: основні маркетингові проблеми галузі інформаційних технологій; вимоги до маркетингової стратегії підприємства, яке працює на ринку інформаційних технологій; хто може бути постачальниками інформаційних продуктів і послуг.
Тема 3. Фармацевтичний маркетинг	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: тенденції розвитку світового фармацевтичного ринку; визначення переваг споживачів та факторів, що впливають на процес прийняття рішення про купівлю лікарських засобів; лікарські препарати-бренди.
Тема 4. Особливості маркетингу будівельних організацій	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: специфіка маркетингу будівельних організацій; бенчмаркінг будівельної організації.
Тема 5. Особливості маркетингу в страхуванні	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: зміст плану маркетингу та його спрямованість на вдосконалення асортименту та якості страхових послуг; характеристика та якість страхового продукту; розробка та реалізація заходів щодо підвищення ефективності збуту в страхуванні.
Тема 6. Маркетинг у банківській сфері	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: основні функції і завдання банківського маркетингу; фактори, що впливають на клієнтів банківського ринку; зміст продуктової стратегії банку.
Тема 7. Маркетинг у сфері гостинності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: сутнісна характеристика індустрії гостинності; специфіка комплексу маркетингу в індустрії гостинності; ринок послуг індустрії гостинності.
Тема 8. Маркетинг в туризмі	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: поняття туристичної інфраструктури; які підприємства входять до туристичної інфраструктури; баланс туристичного потенціалу.
Тема 9. Маркетинг в агропромисловому комплексі	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: структура агропромислового бізнесу; особливості аграрного маркетинг-міксу; сегментація вітчизняного та світового ринку аграрної продукції.
Тема 10. Основи сегментування ринку з урахуванням специфіки ринків	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Виконання практичних завдань за темами: сутність та передумови ефективного сегментування ринку; властивості сегментаційних змінних; вибір сегмента ринку фірмою.

Інформаційні джерела

1. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К. : Центр навчальної літератури, 2013. 536 с.
2. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу : навч. посібник. Київ : ДУТ, 2019. – 262 с. URL : <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703> (дата звернення: 12.12.2022).
3. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н.В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2016. – 251 с.
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с.
5. Маркетинг у галузях і сферах діяльності / Скибінський С. та ін. Чернівці : Кондратьєв А.В., 2012. 560 с.

6. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / за заг. ред. П.А. Орлова. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 210 с.

7. Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / В.А. Фалович та ін. ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль : ФО-П Шпак В.Б., 2019. – 231 с

8. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. – 159 с.

9. Онищук Н.В. Мезомаркетинг у сфері туризму : монографія. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2017. – 300 с.

10. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Харків : НУА, 2018. 320 с. URL : http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1767_46483511.pdf (дата звернення: 12.12.2022).

11. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України : веб-сайт. URL : <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 12.12.2022).

12. Торгово-промислова палата України : веб-сайт. URL : <https://www.ucci.org.ua/> (дата звернення: 12.12.2022).

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: 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. http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf
- 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/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 1-10): виконання кейсових завдань за темами; виконання індивідуального модульного завдання.	100
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