

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«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	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
<ul style="list-style-type: none">аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (ПР2).застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового	<ul style="list-style-type: none">здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК04).здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК07).здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК08).здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11).здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПР8).	результати досліджень у сфері маркетингу (СК12). <ul style="list-style-type: none"> здатність планування та провадження маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в умовах невизначеності (СК15).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Маркетингова діяльність галузей економіки: ч. I		
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 іакторів, 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.
Модуль 2. Маркетингова діяльність галузей економіки: ч. II		
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. 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>
3. 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>
4. 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
5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. – 159 с.

6. Левченко В.М. Маркетингові комунікації у сфері туризму / О. С. Левченко, В. М. Трайно // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 7 квітня 2020 р.) : у 2 ч., ч. 2. - Полтава : ПУЕТ, 2020. - С. 151-153. – Режим доступу: <https://bit.ly/3dib2fX>
7. Маркетинг у галузях і сферах діяльності / Скибінський С. та ін. Чернівці : Кондратьєв А.В., 2012. 560 с.
8. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с.
9. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н.В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2016. – 251 с.
10. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України : веб-сайт. URL : <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> .
11. Онищук Н.В. Мезомаркетинг у сфері туризму : монографія. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2017. – 300 с.
12. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / за заг. ред. П.А. Орлова. Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 210 с.
13. Торгово-промислова палата України : веб-сайт. URL : <https://www.ucci.org.ua/>
14. Цибульська Е.І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Харків : НУА, 2018. 320 с. URL : http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1767_46483511.pdf

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); 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

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): виконання кейсових завдань за темами; виконання індивідуального модульного завдання.	50
Модуль 2 (теми 5-10): виконання кейсових завдань за темами; виконання індивідуального модульного завдання.	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

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни