

«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Галуzeвий маркетинг»
на 2026-2027 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Інтернет-маркетинг», «Маркетинг»
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
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	https://www2.el.puet.edu.ua/zo/course/view.php?id=3577

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	4 кредити ЄКТС/120 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 60 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.
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, управління продажами.
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
- 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	- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК04). - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК07). - здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності (СК08).

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ІІР8).	• здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (СК11). • здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу (СК12). • здатність планування та провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кроссфункціональному розрізі СК13).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<i>Модуль І. Теоретичні засади маркетингової діяльності підприємств різних галузей.</i>		
Тема 1. Маркетинг освітніх послуг	Відвідування занять; обговорення теоретичного матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: основні маркетингові проблеми галузі; розробка маркетингової стратегії ВНЗ; хто може бути постачальником освітніх послуг.
Тема 2. Сутність інформаційного маркетингу	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне 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. Маркетинг у фармацевтичній та пафумерно-косметичній галузі	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне 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. Маркетинг в агропромисловому комплексі	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: структура агропромислового бізнесу; особливості аграрного маркетинг-міксу; сегментація вітчизняного та світового ринку аграрної продукції.
Тема 5. Особливості маркетингу в страхуванні	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне 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 сфері гостинності та в туризмі	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання кейсів за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: сутнісна характеристика індустрії гостинності; специфіка комплексу маркетингу в індустрії гостинності; ринок послуг індустрії гостинності, оніяття туристичної інфраструктури: які підприємства входять до туристичної інфраструктури; баланс туристичного потенціалу.
Тема 7. Політичний маркетинг	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: поняття політичного маркетингу, види політичного маркетингу, функції політичного маркетингу. проблеми консьюмеризму в Україні, засоби впровадження політичного маркетингу в Україні.
Тема 8. Муніципальний маркетинг	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: сутність та концепції муніципального маркетингу, характеристика муніципального маркетингу, комплекс засобів муніципального маркетингу, специфіка маркетингових досліджень в муніципальному маркетингу.
Тема 9. Галуzeвий маркетинг: тотожності та відмінності	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; опрацювання практичних завдань за темою.	Самостійне виконання практичних завдань за темами: природа послуги, її особливості. інформаційне забезпечення маркетингу послуг, комплекс маркетингу підприємства сфери послуг, хто є учасником ринку товарів промислового призначення, охарактеризуйте критерії класифікації промислових товарів і послуг, визначте поняття "товари промислового призначення та назвіть основні ознаки класифікації ТПП.

Інформаційні джерела

1. Захаренко-Селезньова А.М. RETENTION-МАРКЕТИНГ ЗАДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові дослідження в епоху Віртуальної реальності: дослідження нових кордонів» (18-20 грудня 2024 р.) Монреаль, Канада: Міжнародне наукове об'єднання, 2024. - С. 189-191. Режим доступу: <http://surl.li/rkggglg>

2. Захаренко-Селезньова А.М. собливості маркетингу в косметичній галузі / А. М. Захаренко-Селезньова, О. В. Любченко / Наука і молодь в ХХІ сторіччі : тези доповідей ІХ Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 30 листопада 2023 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2023. - С. 467-468. Режим доступу: <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/zbirnyk-tez-dopovidej-2024-aktualni-pytannya-rozvytku-nauky-ta-zabezpechennya-yakosti-osvity-u-hhi-stolitti-.pdf>
3. Інноваційні маркетингові технології для підприємств малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова, Н.І. Яловега, Т.М. Білоусько, А.М. Захаренко-Селезньова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – Видавничий дім «Гельветика», 2023. - №3 (109). - С.46-53. Режим доступу: <https://bit.ly/3RjCkb3>
4. Karpenko N. Entrepreneurial forms of interaction between market participants / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova// Електронне періодичне міждисциплінарне наукове видання «Підприємництво та управління розвитком соціально-економічних систем» № 2/2023 е. - НУ «Запорізька Політехніка», м. Запоріжжя. - 2023. - с.97-106. Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13397>
5. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – 344 с. Режим доступу: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/13366/1/Marketingova%20dialnist%20pidpriemstv_Monografia_Karpenko.pdf
6. Маркетинг в галузях та сферах економіки України / Карпенко, Н. В., Іваннікова, М. М., Білоусько, Т. М., Трайно, В. М., Захаренко-Селезньова, А. М. // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», 2022 № 2 (106), С. 96-102. Режим доступу: <<https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-2-14>>.
7. Трайно В. М. Використання засобів стимулювання продажу на підприємствах сфери послуг / В. М. Трайно // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. - 2020. - № 4 (100). - (Серія «Економічні науки»). Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1799>
8. Трайно В. М. Управління клієнтським досвідом на підприємствах сфери послуг / В. М. Трайно // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». - 2024. - № 1 (81). - (Серія «Економічні науки»). Режим доступу: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-1>
9. Офіційний сайт міністерства освіти і науки України. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/>
10. Офіційний сайт міністерства економіки України. Режим доступу: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>
11. Міністерство цифрової трансформації України : веб сайт. Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/>
12. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України : веб-сайт. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
13. Яловега Н. І. Планування рекламної підтримки продукту / Н. І. Яловега, Д. Р. Вережомський // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. Полтава: ПУЕТ, 2020. ? № 3 (99). - С. 56-64. Режим доступу: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1727>
- 14 Anna Kyrylova.Industrial marketing. 2023. Access mode:<https://up7mountains.com.ua/en/blog/industrial-marketing>
15. Team Thomas. What Is Industrial Marketing? (With Examples). 2022. Access mode:<https://blog.thomasnet.com/what-is-industrial-marketing-examples>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

Пакет програмних продуктів Microsoft Office, SPSS Statistics.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. 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).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-procesu.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhovi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>.

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.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 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. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro>

zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами: Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій: Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyly-vyrishennya-konfliktnykh-sytuacij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro_apel_pidscontr.pdf

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Політика підтримки учасників освітнього процесу: Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentyskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti/>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-9): виконання практичних та індивідуальних завдань (80 балів); поточна модульна робота (20 балів)	100
Разом	100

Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни

Форма роботи	Вид роботи	Бали
Науково-дослідна	Участь у студентській науковій конференції, науково-дослідному конкурсі тощо	10

За додаткові види навчальних робіт студент може отримати не більше 10 балів. Додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів.

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

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни