

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Маркетинг підприємства»
на 2020-2021 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 3 семестр
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

Карпенко Наталія Володимирівна
професор, доктор економічних наук
завідувачка кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@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://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 підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
Тривалість	6 кредитів ЄКТС/180 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 120 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття, 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: екзамен.
Базові знання	Наявність широких знань з сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, економіки бізнесу, основ маркетингу, маркетингу партнерських відносин, інфраструктури товарного ринку.
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">Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.(ІР05).	<ul style="list-style-type: none">Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.(ЗК03)Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (ЗК06).Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності (СК06).Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів(СК07).Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу(СК12).

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
	<ul style="list-style-type: none"> Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль I Теоретичні основи управління продажами		
Сутність, завдання і тенденції розвитку маркетингу на підприємствах	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темою: маркетинг, як система діяльності підприємства на ринку
Стратегії маркетингу підприємства.	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
Організація та функціонування маркетингових підрозділів на підприємстві.	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.
Маркетингові дослідження на ринку.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: кон'юнктура ринку продукції підприємства; формування і дослідження попиту на товари.
Маркетинг у галузі закупівлі товарів.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань	Виконання практичних завдань за темами: специфіка маркетингу у галузі закупівлі товарів; моніторинг ринку постачальників.
Модуль II. Оперативне та стратегічне управління продажами		
Товарна політика та управління асортиментом продукції.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: дослідження конкурентоспроможності товару; формування товарної політики підприємства на основі маркетингу.
Цінова політика на підприємстві.	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.
Управління розподілом і збутом готової продукції.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування і регулювання збутових запасів; маркетингова логістика.
Комунікаційна політика підприємства.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: огляд комплексу маркетингових комунікацій; застосування маркетингових комунікацій на підприємствах.
Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності.	Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання практичних завдань.	Виконання практичних завдань за темами: планування в маркетингу; сутність та види маркетингового контролю на підприємствах; формування маркетингового плану розвитку підприємства.

Інформаційні джерела

Основні

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства. : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 620с.
3. Нечаєв В. П. Промисловий маркетинг : Навч. - метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / В.П. Нечаєв. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.
4. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.

Додаткові

1. Васильков В.Г. Організація виробництва: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
2. Вачевський М. Промисловий маркетинг: Основи теорії і практики: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. — Дрогобич : НВЦ "Каменярь", 2004. — 253с.

3. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб.пособие / А.В. Зозулев. – К.: Центр учебной литературы, 2010. – 576 с.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. / Національний ун-т "Львівська політехніка". — 2. вид. — Л. : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка", 2004. — 472с.
5. Нечаев В. П. Промисловий маркетинг : Навч. - метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / В.П. Нечаев. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009. – 185 с.
6. Основи теорії та практики. Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 256 с.
7. Організація виробництва: Навч. посіб. /В.О. Онищенко, О.В. Редкін, А.С. Старовірець, В.Я. Чевганова. – К.: Лібра, 2003. – 336 с.
8. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Організація виробництва. Навчально-методичний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 248 с.
9. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник / Під редакцією О.О.Шубіна. – К.: НМЦВО МоІН України, Студцентр, 2002. – 432 с.
10. 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.
11. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг: Навч. посібник / В.Ю. Святненко. – К.: МАУП, 2001. – 264 с.
12. 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: 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/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5):: виконання практичних завдань; виконання індивідуальних завдань; поточна модульна робота I	30
Модуль 2 (теми 6-10): виконання тестів; виконання практичних завдань; виконання індивідуальних завдань; поточна модульна робота II	30
Підсумковий контроль (екзамен)	40
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