



Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг в деревообробній галузі»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність «Деревообробні та меблеві технології»
Рік навчання 1 ст, 3 семестр 2, 6
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС – 3
Мова викладання українська

старший викладач Ковалевський Сергій Сергійович

kovalevskyis.s@nubip.edu.ua

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=867>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна “Маркетинг в деревообробній галузі” спрямована на викладення основних положень та принципів маркетингу, формування у студентів сучасного економічного мислення та стимулювання їх до освоєння та активного використання методів, принципів, технологій та інших інструментів маркетингу при аналізі, оцінці і вирішенні конкретних ринкових проблем і практичних ситуацій.

Мета курсу – формування системи знань про сутність та зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки, розгляд вітчизняного, європейського та світового досвіду маркетингової діяльності у виробничій та невиробничій сферах.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- знати місце маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства, маркетингове середовище, елементи комплексу маркетингу;
- систему, концепції, процес, функції, рушійні фактори маркетингу та умови ефективного застосування маркетингу, типи маркетингу, причини, що спонукають до запровадження тієї чи іншої концепції маркетингу на підприємстві;
- уміти аналізувати ринки, маркетингове середовище, оцінювати конкурентоспроможність продукції та підприємства, формувати товарну та цінову політику, розробляти ринкову стратегію, альтернативні шляхи товароруку тощо.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, самостійні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
2 та 6 семестр				
Модуль 1				
Тема 1 Соціально-економічна сутність маркетингу	2/2	Знати історію виникнення і розвитку маркетингу, походження та еволюцію концепцій маркетингу, основні поняття маркетингу. Використовувати види маркетингу залежно від попиту.	Виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 2 Маркетинговий комплекс	2/4	Знати виникнення комплексу маркетингу та його	Здати лабораторну роботу та	

		сутність, функції та зміст складових елементів комплексу маркетингу, еволюція концепції «4Ps». Вміти використовувати нові «літерні» концепції комплексу маркетингу. Розуміти значення комплексу маркетингу «4Ps» у теорії маркетингу.	виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 3 Маркетингове середовище	2/4	Знати та вміти розрізняти і використовувати чинники зовнішнього макросередовища підприємства, чинники зовнішнього мікросередовища підприємства та внутрішнього маркетингового середовища.	Здати лабораторну роботу та виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 4 Маркетингові дослідження як основа прийняття маркетингових рішень	4/4	Знати сутність і систему маркетингових досліджень. Використовувати маркетингову інформація. Застосовувати маркетингові дослідження ринку та підприємства для прийняття відповідних рішень	Здати лабораторну роботу та виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
	10/14	Виконання тесту за модуль 1 на платформі elearn.		30
Тема 5 Функції маркетингу. Аналітична функція маркетингу	4/2	Знати поняття та види функцій маркетингу. Аналітична функція маркетингу. Аналізувати сегментування ринку. Розрізняти позиціонування продукції і підприємства на ринку. Вміти аналізувати конкурентні стратегії.	Виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 6	4/4	Застосовувати	Здати	

Маркетингова товарна політика		категорію «товар» в економіці та маркетингу. Використовувати ринкові атрибути товару. Аналізувати товарну політику, життєвий цикл товару та продуктові інновації.	лабораторну роботу та виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 7 Маркетингова цінова політика	4/2	Знати еволюцію теорії ринкового ціноутворення. Розрізняти цінотворчі чинники та класифікацію цін. Розуміти сутність маркетингової цінової політики. Застосовувати методи ціноутворення.	Виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 8 Маркетингова політика розподілу	4/4	Знати сутність політики та стратегії розподілу товарів. Використовувати систему розподілу та посередницьких структур. Аналізувати конкуренцію в каналах розподілу продукції.	Здати лабораторну роботу та виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
Тема 9 Маркетингова політика просування	4/4	Знати та розуміти комунікації та комунікаційний процес. Аналізувати маркетингову політику просування. Використовувати основні та синтетичні елементи комплексу просування.	Здати лабораторну роботу та виконати самостійну роботу на платформі elearn.	
	20/16	Виконання тесту за модуль 2 на платформі elearn.		40
Всього за 2 та 6 семестр				70
Залік				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
<i>Політика щодо</i>	Списування під час написання модуля та екзамену заборонені (в

академічної доброчесності:	т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із директором інституту).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	незараховано