

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра таксації лісу та лісового менеджменту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ ЛіСПГ

Роман ВАСИЛИШИН

2024 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри таксації лісу та
лісового менеджменту
протокол № 11 від «20» 05.2024 р.

Т.в.о. завідувача кафедри

Віктор МИРОНЮК

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Деревообробні та меблеві технології»

Олександра ГОРБАЧОВА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг в деревообробній галузі

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань 18 Виробництво та технології

Спеціальність 187 Деревообробні та меблеві технології
(шифр і назва спеціальності)

Освітня програма «Деревообробні та меблеві технології»

ННІ Лісового і садово-паркового господарства
(назва інституту)

Розробник програми: к.с.-г.н., доцент Домашовець Г.С.

Київ – 2024 р.

**Опис навчальної дисципліни
«Маркетинг в деревообробній галузі»**

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Спеціальність	187 Деревообробні та меблеві технології	
Освітня програма	Деревообробні та меблеві технології	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	3	4
Семестр	6	7
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	6 год.
Самостійна робота	75 год.	106 год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	3 год.	

1. Мета, завдання, компетентності та програмні результати навчальної 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.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

- вивчення основних понять, категорій, систем, інструментарію та алгоритмів маркетингу;
- набуття практичних навичок розв’язання конкретних ринкових проблем та ситуацій;
- формування вмінь творчого пошуку резервів маркетингової діяльності підприємства.

Набуття компетентностей:

1. Інтегральна компетентність (ІК):

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі деревообробних та меблевих технологій.

2. Спеціальна (фахова) компетентність:

СК12. Здатність аналізувати і розраховувати економічну ефективність технологічних процесів виготовлення продукції деревообробних та меблевих виробництв.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент набере певні програмні результати навчання, а саме:

ПРН05. Знати і розуміти математичні, природничі, технічні і соціально-економічні науки на рівні, достатньому для розв'язання спеціалізованих складних задач деревообробних та меблевих виробництв.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність маркетингу

Тема лекційного заняття 1. Соціально-економічна сутність маркетингу

Історія виникнення і розвитку маркетингу. Походження та еволюція концепцій маркетингу. Основні поняття маркетингу. Види маркетингу залежно від попиту

Тема лекційного заняття 2. Маркетинговий комплекс

Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Функції та зміст складових елементів комплексу маркетингу. Еволюція концепції «4Ps». Нові «літерні» концепції комплексу маркетингу. Значення комплексу маркетингу «4Ps» у теорії маркетингу.

Тема лекційного заняття 3. Маркетингове середовище

Чинники зовнішнього макросередовища підприємства. Чинники зовнішнього мікросередовища підприємства. Внутрішнє маркетингове середовище.

Тема лекційного заняття 4. Маркетингові дослідження як основа прийняття маркетингових рішень

Сутність і система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація та методи її отримання. Маркетингові дослідження ринку. Маркетингові дослідження підприємства.

Змістовий модуль 2. Функції маркетингу

Тема лекційного заняття 1. Функції маркетингу. Аналітична функція маркетингу

Поняття та види функцій маркетингу. Аналітична функція маркетингу. Вивчення ринку. Сегментування ринку. Позичування продукції і підприємства на ринку. Аналіз конкурентних стратегій.

Тема лекційного заняття 2. Маркетингова товарна політика

Категорія «товар» в економіці та маркетингу. Ринкові атрибути товару. Товарна політика. Життєвий цикл товару. Продуктові інновації.

Тема лекційного заняття 3. Маркетингова цінова політика

Еволюція теорії ринкового ціноутворення. Цінотворні чинники. Класифікація цін. Сутність маркетингової цінової політики. Методи ціноутворення.

Тема лекційного заняття 4. Маркетингова політика розподілу

Сутність політики та стратегії розподілу товарів. Фізичний розподіл як спільна функція маркетингу і логістики. Сутність, функції та характеристика маркетингових каналів. Типологія систем розподілу та посередницьких структур. Конкуренція в каналах розподілу продукції.

Тема лекційного заняття 5. Маркетингова політика просування

Комунікації та комунікаційний процес. Маркетингова політика просування. Основні елементи комплексу просування. Синтетичні елементи комплексу просування.

Тема лекційного заняття 6. Управління та контроль маркетингової діяльності

Планування процесу стратегічного маркетингу. Різноманітність планів маркетингу. Вдосконалення планування маркетингу: пошуки шляхів зростання.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1. Сутність маркетингу														
Соціально-економічна сутність маркетингу	1	15	2				13	15	1					14
Маркетинговий комплекс	1	15	2	2			11	15	1	1				13
Маркетингове середовище	1	15	2	2			11	15		1				14
Маркетингові дослідження як основа прийняття маркетингових рішень	2	15	4	2			9	15	1	1				13
Разом за змістовим модулем 1	5	60	10	6			44	60	3	3				54
Змістовий модуль 2. Функції маркетингу														
Функції маркетингу. Аналітична функція маркетингу.	1	10	2	2			6	10	1	1				8

Маркетингова товарна політика.	2	10	4	2			4	10	1			9
Маркетингова цінова політика.	2	10	4	2			4	10	1	1		8
Маркетингова політика розподілу.	2	10	4	2			4	10	1			9
Маркетингова політика просування.	2	10	4	1			5	10	1	1		8
Функція управління та контролю	1	10	2				8	10				10
Разом за змістовим модулем 2	10	60	20	9			31	60	5	3		52
Усього годин	x	120	30	15			75	120	8	6		106

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Сутність маркетингу		
1	Соціально-економічна сутність маркетингу	2
2	Маркетинговий комплекс	2
3	Маркетингове середовище	2
4	Маркетингові дослідження як основа прийняття маркетингових рішень	4
Змістовий модуль 2. Функції маркетингу		
5	Функції маркетингу. Аналітична функція маркетингу	2
6	Маркетингова товарна політика	4
7	Маркетингова цінова політика	4
8	Маркетингова політика розподілу	4
9	Маркетингова політика просування	4
10	Функція управління та контролю	2
	Разом	30

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступне заняття. Правила оформлення та здачі лаб. робіт. Види маркетингу залежно від попиту	2
2	Аналіз елементів маркетингового комплексу деревообробного підприємства	2

3	Визначення впливу факторів мікрорекетингового та макрорекетингового середовища на деревообробне підприємство	2
4	Аналіз первинної та вторинної інформації на деревообробному підприємстві	2
5	Вивчення споживчих вподобань	2
6	Вивчення конкурентоспроможності товарів	2
7	Визначення прибутків учасників товароруху	2
8	Вивчення впливу елементів комплексу просування на прийняття рішення споживачами щодо обслуговування в конкретному деревообробному підприємстві	1
Разом		15

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Види маркетингу залежно від характеру попиту на ринку	13
2	Стан використання інструментів комплексу маркетингу послуг (7Ps) провідними українськими роздрібними мережами	11
3	Маркетингові дослідження: збір, аналіз та обробка	20
4	Маркетингова товарна політика	10
5	Цінова та збутова політика підприємства	8
6	Маркетингова політика просування	5
7	Функція управління та контролю	8
Разом		75

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

усне опитування;
захист лабораторних/практичних робіт;
модульні тести;
співбесіда;
екзамен

7. Методи навчання

У процесі викладання дисципліни «Маркетинг в деревообробній галузі» використовуються такі методи:

- 1) словесний метод (бесіда, лекція; навчальні дискусії, співбесіда тощо);
- 2) практичний метод (практичні заняття, аналіз життєвих ситуацій);
- 3) наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій);
- 4) робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування);
- 5) відеометод (дистанційні, мультимедійні матеріали електронного навчального курсу);
- 6) самостійна робота (виконання завдань);
- 7) методи контролю (самоконтролю, взаємоконтролю), корекції (самокорекції, взаємокорекції) за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності.

8. Оцінювання результатів навчання

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно з чинним «Положенням про екзамени та заліки у НУБіП України»

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

Рейтинг студента з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ стосовно вивчення дисципліни «Маркетинг в деревообробній галузі» визначається за формулою:

$$R_{\text{НР}} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{\text{ЗМ}} \cdot K^{(1)}_{\text{ЗМ}} + \dots + R^{(n)}_{\text{ЗМ}} \cdot K^{(n)}_{\text{ЗМ}})}{K_{\text{дис}}},$$

де $R^{(1)}_{\text{ЗМ}}, \dots, R^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – рейтингові оцінки змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K^{(1)}_{\text{ЗМ}}, \dots, K^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{\text{дис}} = K^{(1)}_{\text{ЗМ}} + \dots + K^{(n)}_{\text{ЗМ}}$ – кількість кредитів ECTS, передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі;

Рейтинг студента (слухача) з навчальної роботи округлюється до цілого числа.

Рейтинг з додаткової роботи $R_{\text{ДР}}$ додається до $R_{\text{НР}}$ і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається студентам рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня знань студентів з дисципліни.

Рейтинг штрафний $R_{\text{ШТР}}$ не перевищує 5 балів і віднімається від $R_{\text{НР}}$. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для студентів, які матеріал змістового модуля засвоїли невчасно, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Студенти, які впродовж періоду вивчення навчальної дисципліни набрали менше 42 балів, не допускаються до заліку і зобов'язані підвищити рейтинг на додаткових заняттях.

Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Маркетинг в деревообробній галузі: електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України Elearn.nubip.edu.ua) <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=867>
2. Маркетинг в деревообробній галузі: електронний навчальний курс (для студентів заочної форми навчання) навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України Elearn.nubip.edu.ua) <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1483>
3. Домашовець Г.С., Василишин Р.Д., Лащенко А.Г. та ін. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг в деревообробній галузі» для студентів освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 187 Деревообробні та меблеві технології. Київ : «Компрінт», 2022. 108 с.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Асоціація «Національна система лісової добровільної сертифікації». URL: <http://woodcertification.com.ua>.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Цент учбової літератури, 2021. 612 с.
3. Держстат. Публікації. URL: <https://stat.gov.ua/uk/publications>
4. ДП "Лісогосподарський інноваційно-аналітичний центр". URL: <https://ukrforest.com/>
5. Ковальчук С.В., Карпенко В.Л., Фесенко Т.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Вид. 2-ге. Львів : «Новий Світ-2000», 2024. 174 с.
6. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко та ін. ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
7. Маркетингова товарна політика : підручник / Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Косар Н. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2022. 376 с.
8. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Добрянська В. В., Івасенко О. А., Чижевська М. Б., Скрильник А. С. Полтава : ПолтНТУ, 2024. 218 с.
9. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Т. М. Квятко та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
10. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.

11. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг : навч. посіб. Вид. 4-те. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с.
12. Савченко С. О., Сукач О. М. Маркетинг: навч.-практ. посіб. Черкаси : Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151 с.
13. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
14. Софієнко А. В., Шукліна В. В., Набока Р. М. Теоретичний маркетинг : навч. посіб. Вид. 2-е. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
15. Food and agriculture data. URL: <https://www.fao.org/faostat/en/#home>.
16. Forest Stewardship Council. URL: <https://fsc.org/en>.
17. Programme for the Endorsement of Forest Certification. URL: <https://www.pefc.org>.
18. Sustainable development goals. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>.
19. YC.Market. Пошук клієнтів, партнерів та аналіз ринку України. URL: <https://youcontrol.market/>
20. YouControl — онлайн-сервіс перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua/>