



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

### «Маркетинг за видами діяльності: промисловий маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітня програма «Маркетинг»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання українська

Лектор курсу

Контактна інформація  
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в e-Learn

к.е.н., доцент Нагорна Олена Вікторівна

навчальний корпус № 10, кімната 401

[Chetveryck\\_OV@ukr.net](mailto:Chetveryck_OV@ukr.net) [Chetverykolena@gmail.com](mailto:Chetverykolena@gmail.com)

[Nahorna\\_olena@nubip.edu.ua](mailto:Nahorna_olena@nubip.edu.ua)

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3412>

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Завдання, цілі та опис занять: а) ознайомити студентів з особливостями маркетингової діяльності промислового підприємства; б) розробка та планування маркетингових кампаній, розробка та впровадження маркетингових стратегій та їх реалізації промисловими підприємствами, формування комплексу маркетингу, розробка та аналіз маркетингового плану промислового підприємства, особливості формування попиту на промислові товари; с) формування вмінь та навичок з розробки, формування та удосконалення маркетингової діяльності, використання маркетингових інструментів, формування маркетингового плану, сегментація та позиціонування промислових товарів в діяльності промислового підприємства; на основі принципів маркетингу вирішувати бізнес-питання діяльності промислового підприємства.

### Набуття компетентностей:

**Інтегральна компетентність (ІК):** Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

### Фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей.

ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.

**СТРУКТУРА КУРСУ**

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
<b>1 семестр</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Організація та планування маркетингової діяльності на промисловому підприємстві</b>				
Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу	1/2	<b>Знання</b> - знати та розуміти: <b>1)</b> особливості розвитку ринків промислових товарів; <b>2)</b> формування компонентів міх- marketing на промисловому підприємстві. <b>Навички</b> – буде вміти: <b>3)</b> імплементувати концепцію маркетингу в практичну діяльність промислового підприємства; <b>4)</b> класифікувати промислові товари	Здача практичних робіт, розробка плану маркетингу. Написання тестів, підготовка презентацій виступів, Розв'язання ситуаційних вправ та задач. Виконання самостійної роботи (в т.ч. в e-learn)	<b>10</b>
Тема 2. Основні риси процесу постачання на промисловому ринку	2/4			<b>10</b>
Тема 3. Маркетингові дослідження в діяльності промислового підприємства	2/2			<b>30</b>
Тема 4. Сегментація промислового ринку і позиціонування товару промислового підприємства	2/3			<b>10</b>
Тема 5. Планування маркетингової діяльності на промисловому підприємстві	1/4			<b>10</b>

		та види попиту; <b>5)</b> розробити та реалізувати план маркетингового дослідження на промисловому підприємстві та ринку;		
<b>Модульний контроль 1</b>				<b>30</b>
<b>Всього балів за модуль 1</b>				<b>100</b>
<b>Змістовий модуль 2. Формування комплексу маркетингу в діяльності промислового підприємства</b>				
Тема 6. Маркетингова товарна політика промислового підприємства	2/4	<b>6)</b> сегментувати ринок і позиціонувати товари на ринку;	Здача практичних робіт, розробка плану маркетингу. Написання тестів, підготовка презентацій виступів, Розв'язання ситуаційних вправ та задач. Виконання самостійної роботи (в т.ч. в e-learn)	<b>10</b>
Тема 7. Маркетингова цінова політика промислового підприємства	2/4	<b>7)</b> проводити маркетинговий аналіз елементів комплексу маркетингу промислового підприємства /товарів/;		<b>15</b>
Тема 8. Маркетингова політика розподілу промислового підприємства	2/4	<b>8)</b> формувати та контролювати закупівлю та логістику на промисловому підприємстві.		<b>25</b>
Тема 9. Маркетингові комунікації на промисловому підприємстві	1/3	<b>9)</b> планувати програму дій на перспективу. <b>Компетенції</b> – буде готовий: вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.		<b>20</b>
<b>Модульний контроль 2</b>				<b>30</b>
<b>Всього балів за модуль 2</b>				<b>100</b>
<b>Навчальна робота</b>				<b>70</b>
<b>Екзамен</b>				<b>30</b>
<b>Всього за навчальний семестр</b>				<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

## 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	не зараховано

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Маркетинг за видами діяльності: промисловий маркетинг» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». – К.: ЦП «Компринт», 2023. – 75 с.

2. Васюткіна Н.В. Маркетинг промислового підприємства: Навч. посібник. – К.: Вид-во Європейського університету, 2011. – 438 с.

3. Маркетинг. Навчальний посібник за ред. проф. Буряка Р.І. – К.: ЦП «Компринт», 2019. – 765 с.

4. Промисловий маркетинг: підручник / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. - К. : Центр учбової літератури, 2011. - 364 с. (у бібліотеці НУБіП України є 30 примірників книги)

5. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика Підручник За ред. А.О. Старостіної. - К.: Знання, 2015. - 764 с.

6. Вачевський М. В., Скотний В. Г., Вачевський О. М. Промисловий маркетинг. Основи теорії та практики. Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2014. – 256 с.

7. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. / Національний ун-т Львівська політехніка . — 2. вид. — Л. : Видавництво Національного ун-ту Львівська політехніка 2014.— 472с.

8. Маркетинг: Підручник, практикум та навчально-методичний комплекс з маркетингу. /С.І.Чеботар, Я.С. Ларіна, О.П.Луцій, М.Г.Шевчик, Р.І.Буряк, Боняр С.М., А.В.Рябчик, О.М. Прус, В.А. Рафальська. – К.: Вид-во «Наш час», 2007. – 507 с.

9. Шубін О.О. Промисловий маркетинг: навч. посіб. / О.О. Шубін, О.М. Азарян, Б.З. Воробйов. — К. : НМЦВО України, Студцентр, 2002. — 432 с.