



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ В ДЕРЕВООБРОБНІЙ ГАЛУЗІ»

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Галузь знань	18 Виробництво та технології	
Спеціальність	187 Деревообробні та меблеві технології	
Освітній ступінь	Бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	-	
Форма контролю	іспит	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	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.
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	3 год.	

Викладачі курсу



Домашовець Галина Степанівна, к.с.-г.н., доцент кафедра таксації лісу та лісового менеджменту, корпус 1, к. 61, тел. 527-81-53
e-mail domashovets@nubip.edu.ua

Контактна інформація лектора (e-mail)



Ковалевський Сергій Сергійович, к.с.-г.н., доцент кафедра таксації лісу та лісового менеджменту, корпус 1, к. 103, тел. 527-81-53
e-mail kovalevskyis.s@nubip.edu.ua

Контактна інформація (e-mail)

Сторінка курсу на платформі Moodle

ЕНК <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=867>
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1483>

ОПИС 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.

Навчальна дисципліна забезпечує формування

інтегральної компетентності (ІК): здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі деревообробних та меблевих технологій.

загальних компетентностей:

ЗК 8. Здатність приймати обґрунтовані рішення щодо здійснення маркетингової діяльності на деревообробному підприємстві.

ЗК 10. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми, які виникають у виробництві на будь-якому етапі технологічного потоку.

спеціальних (фахових) компетентностей:

СК05. Здатність виконувати розрахунки на міцність, довговічність, надійність та жорсткість продукції деревообробки, основних конструкційних елементів виробів з деревини і меблів, технологічних пристроїв, деревообробного обладнання та інструменту й інших об'єктів, які відносяться до сфери професійної діяльності.

СК 08. Проектувальна. Здатність застосовувати теоретичні знання та практичні навички при проектуванні технологічних процесів та технологічного оснащення за різних організаційно-технічних умов у деревообробних цехах. Здатність використовувати інформаційні технології для автоматизації розробки технологічних процесів та комплектів технологічної документації.

СК12. Здатність працювати із спеціалізованим прикладним програмним забезпеченням для проектування виробів з деревини та меблів, технологічних процесів їхнього виготовлення та продукції деревообробки.

СК14. Здатність організовувати роботу колективу, виробничого підрозділу (дільниці, цеху), здійснювати її планування, ресурсне та інформаційне забезпечення.

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

РН04. Ухвалювати ефективні рішення з питань деревообробних та меблевих технологій і виробництв, у тому числі в непередбачуваних робочих контекстах, враховуючи інженерні, правові, економічні та екологічні аспекти.

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

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/лабораторні, самостійні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
4 та 6 семестр				
Модуль 1				
Тема 1 Соціально- економічна	2/2	Знати історію виникнення і розвитку маркетингу, походження та еволюцію концепцій маркетингу, основні	Виконання самостійної роботи	

сутність маркетингу		поняття маркетингу. Використовувати види маркетингу залежно від попиту.	(неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	8
Тема 2 Маркетинговий комплекс	2/2	Знати виникнення комплексу маркетингу та його 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.	Тестування за темою Виконання практичної роботи Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	4 12 6
Тема 3 Маркетингове середовище	2/2	Знати та вміти розрізняти і використовувати чинники зовнішнього макросередовища підприємства, чинники зовнішнього мікросередовища підприємства та внутрішнього маркетингового середовища.	Тестування за темою Виконання практичної роботи Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	2 12
Тема 4-5 Маркетингові дослідження як основа прийняття маркетингових рішень	4/2	Знати сутність і систему маркетингових досліджень. Використовувати маркетингову інформація. Застосовувати маркетингові дослідження ринку та підприємства для прийняття відповідних рішень	Тестування за темою Виконання практичної роботи Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	4 12
Модульний контроль		Виконання тесту за модуль 1 на платформі eleagn.		40
Модуль 2				
Тема 6-7 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.	Тестування за темою Виконання практичних робіт Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	2 12
Тема 8-9 Маркетингова товарна політика	4/1	Застосовувати категорію «товар» в економіці та маркетингу. Використовувати ринкові атрибути товару. Аналізувати	Тестування за темою Виконання практичних робіт	2 12

		товарну політику, життєвий цикл товару та продуктивні інновації.	Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	
Тема 10-11 Маркетингова цінова політика	4/1	Знати еволюцію теорії ринкового ціноутворення. Розрізнити ціноутворчі чинники та класифікацію цін. Розуміти сутність маркетингової цінової політики. Застосовувати методи ціноутворення.	Тестування за темою Виконання практичних робіт Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	2 12
Тема 12-13 Маркетингова політика розподілу	4/1	Знати сутність політики та стратегії розподілу товарів. Використовувати систему розподілу та посередницьких структур. Аналізувати конкуренцію в каналах розподілу продукції.	Тестування за темою Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	2 9
Тема 14-15 Маркетингова політика просування	4/2	Знати та розуміти комунікації та комунікаційний процес. Аналізувати маркетингову політику просування. Використовувати основні та синтетичні елементи комплексу просування.	Тестування за темою Виконання самостійної роботи (неформальна онлайн освіта на основі МВОК)	2 10
Модульний контроль		Виконання тесту за модуль 2 на платформі elearn.		35
Всього				100
Навчальна робота				70
Екзамен		Тест, практичні завдання, співбесіда		30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Дедлайни встановлені в ЕНК у кожному з завдань. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку відповідно до зазначених критеріїв оцінювання у ЕНК. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
---	--

Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час виконання практичних та самостійних робіт, тестування та екзаменів заборонені (в 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 дистанційній онлайн режимі за погодженням із директором інституту)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Маркетинг в деревообробній галузі: електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України Elearn.nubip.edu.ua)
2. <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=867>
3. 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>
4. Домашовець Г.С., Васишин 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 / К.: «Компрінт», 2022. – 108 с.

Основні:

1. Руделіус В., Азарян О., Бабенко Н. та ін. Маркетинг : Підручник. К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент СПб. : Питер Ком, 1998. 896 с.
3. Павленко А.Ф., Решетнікова І.Л., Войчак А.В. та ін. Маркетинг : підручник за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф.Павленка; кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І.Л.Решетнікова. К. : КНЕУ, 2008. 600 с.
4. Решетнікова І.Л. Маркетинг : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К. : КНЕУ, 2010. 320 с.

Допоміжні:

1. Синякевич І. Н. Економіка галузей лісового комплексу. Львів : Світ, 1996. 180 с.
2. Фурдичко О.І. Ефективність ресурсно-виробничого потенціалу лісогосподарського комплексу: теорія, методологія, практика Львів : Світ, 1995. 288 с.

Інформаційні ресурси

З метою вивчення дисципліни «Маркетинг в деревообробній галузі» можуть використовуватись документи в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних тощо), зокрема:

1. Національна бібліотека ім. В.І.Вернадського: <http://www.nbu.gov.ua>.
2. International Institute for Sustainable Development: <http://www.iisd.org>.
3. FAO: <http://www.fao.org>.
4. WWF: <http://wwf.panda.org>.
5. Center for International Forestry Research: www.cifor.org.
6. European Forest Ecosystem Research Network: iff.boku.ac.at/efern/
7. www.elsevier.com.
8. Статистична інформація загального економічного характеру по м. Києву, Київській області, по регіонах України:
<http://www.ukrstat.gov.ua> – сайт Державна служба статистики.
9. Інформація про тарифи на товари та послуги вітчизняних виробничих підприємств, торговельних підприємств і підприємств громадського харчування:
<http://www.business.kiev.ua>
<http://www.gc.lviv.ua>
10. Інформація про виробництво та продаж товарів харчової промисловості України:
<http://www.fooddept.gov.ua>
11. База даних про інформаційні технології, телекомунікації та програмне забезпечення:
<http://www.visti.net>
12. Сервер довідково-бібліотечної літератури:
<http://www.ukma.kiev.ua>
<http://www.nbu.gov.ua>
13. Дослідницькі та моніторингові агенції:

5.