

(М.П.)

«Затверджую»

Проректор з НМР Шпаков А.В.

«___» _____ 2022 р.

Декан будівельно-технологічного факультету

Проф. Гоц В.І.

«___» _____ 2022 р.

Зав. кафедрою ТКДвБ

проф. Захарченко П.В.

«___» _____ 2022 р.

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1) НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ		2) Шифр за ОНП: ВК 18		
3) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023				
4) Освітній рівень: перший рівень вищої освіти (бакалавр)				
5) Форма навчання: денна, заочна				
6) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ				
7) Спеціальність: 075 Маркетинг				
8) Компонента спеціальності: вибіркова				
9) Семестр: 8				
10) Цикл дисципліни: дисципліна вибіркової підготовки				
11) Викладач (розробник карти): к.е.н., доцент Марченко С.М.				
12) Мова навчання: українська				
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс) «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетингове ціноутворення».				
14) Мета курсу: формування системи теоретичних і практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад його побудови на підприємствах.				
15) Результати навчання:				
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 2, 9
2.	ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 4, 13
3.	ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 6
4.	ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 9
5.	ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 9

6.	ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 13
7.	ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 4
8.	ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 13

16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота студента
24 (24-заочн.)	22 (22-заочн.)	-	Контрольна робота	44 (44 - заочн.)

Зміст: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

Лекції:

- Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу
- Тема 2. Стратегії промислового маркетингу
- Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності
- Тема 4. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві
- Тема 5. Конкуренція та кон'юнктура на промислових ринках.
- Тема 6. Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари.
- Тема 7. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.
- Тема 8. Товарна політика та управління асортиментом продукції промислового підприємства
- Тема 9. Цінова політика на промисловому підприємстві
- Тема 10. Управління розподілом, збутом готової продукції на промисловому підприємстві
- Тема 11. Комунікаційна політика промислового підприємства
- Тема 12. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності

Практичні заняття:

- Тема 2. Стратегії промислового маркетингу
- Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності
- Тема 4. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві
- Тема 5. Конкуренція та кон'юнктура на промислових ринках.
- Тема 6. Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари.
- Тема 7. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.
- Тема 8. Товарна політика та управління асортиментом продукції промислового підприємства
- Тема 9. Цінова політика на промисловому підприємстві
- Тема 10. Управління розподілом, збутом готової продукції на промисловому підприємстві
- Тема 11. Комунікаційна політика промислового підприємства
- Тема 12. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності

Лабораторне: не передбачено НП

Контрольна (індивідуальна) робота: підготовка доповіді та презентація за обраною темою:

1. Сутність, завдання, концепції та тенденції розвитку промислового маркетингу.
2. Стратегії промислового маркетингу.
3. Промислові товари, ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності.
4. Формування та дослідження попиту на промислові товари.
5. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві.
6. Кон'юнктура ринку промислової продукції та її дослідження.
7. Товарна політика та управління асортиментом продукції.

8. Особливості ціноутворення на промисловому ринку та цінова політика промислового підприємства.
9. Управління збутовою діяльністю та розподіл готової продукції.
10. Комунікативна політика промислового підприємства.
11. Організація, контроль та ефективність маркетингової діяльності.
12. Загальна характеристика матеріально-технічного забезпечення підприємства.
13. Планування та регулювання виробничих запасів і запасів незавершеного виробництва.
14. Розробка програми маркетингу в діяльності промислового підприємства (фірми).
15. Роль інформації в дослідженні промислового ринку.
16. Особистий продаж промислових товарів.
17. Конкурентоспроможність промислових виробів. Позиціонування товарів.
18. Життєвий цикл промислового товару. Управління товарною політикою підприємства.
19. Інноваційна політика промислового підприємства.
20. Упаковка продукції виробничо-технічного призначення та просування продукції на промисловому ринку.
21. Сегментування на промисловому ринку.
22. Планування продуктової стратегії на підприємстві.
23. Розповсюдження товарів промислового призначення. Товарорух.
24. Промисловий маркетинг в процесі стратегічного планування, основні проблеми сучасного промислового ринку України..
25. Управління розвитком нового продукту промислового призначення. Стадії процесу розвитку.
26. Основні проблеми промислової реклами.
27. Реклама технічного забезпечення та сервісного обслуговування.
28. Стимулювання збуту промислової продукції.
29. Оперативний облік поставок готової продукції та його роль у виконанні договірних зобов'язань.
30. Сировинні ринки та їх характеристика в Україні. Ринок машин та устаткування.
31. Сучасні стратегії розвитку промислових підприємств країн із розвинутою економікою.
32. Організаційні форми й методи вивчення попиту споживачів на промислові товари.
33. Конкуренція на сучасному ринку промислової продукції та її дослідження.
34. Управління якістю промислової продукції.
35. Бізнес-план маркетингової діяльності. Перевірка плану маркетингу.
36. Політика й задачі розподілу промислового підприємства. Прямі та непрямі канали розподілу.
37. Маркетинг-аудит: цілі та основні проблеми.
38. Диверсифікаційні стратегії на промисловому ринку України.
39. Розрахунок ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства.
40. Впровадження промислового маркетингу в діяльності підприємств України.

Самостійна робота студента:

- Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу
- Тема 2. Стратегії промислового маркетингу
- Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності
- Тема 4. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві
- Тема 5. Конкуренція та кон'юнктура на промислових ринках.
- Тема 6. Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари.
- Тема 7. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.
- Тема 8. Товарна політика та управління асортиментом продукції промислового підприємства
- Тема 9. Цінова політика на промисловому підприємстві
- Тема 10. Управління розподілом, збутом готової продукції на промисловому підприємстві
- Тема 11. Комунікаційна політика промислового підприємства
- Тема 12. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності

17) Іспит: не передбачено НП

18) Основна література:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. -612 с.
2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств : монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2018. -462 с.
3. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. -620 с.
4. Васюткіна Н.В. Маркетинг промислового підприємства: Навч. посібник. – К.: Вид-во Європейського університету, 2011. -438 с
5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ: Vivat, 2019. -288 с.
6. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. - 536 с.
7. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ: Наш Формат, 2018. -104 с.
8. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ: Vivat, 2020. -288с.

9) Додаткова література:

1. Бойко О.М. Васюткіна Н.В. Єрмак С.О. Бавико О.Є.. Особливості функціонування транскордонних індустріальних парків у сфері харчової промисловості в умовах інтеграції до Європейського економічного простору. Механізми забезпечення інноваційного розвитку підприємництва в умовах глобалізаційних викликів: монографія. За редакцією докт.ekon.наук, проф. Л.В.Фролової, канд.ekon.наук, доц. С.О. Єрмак. Одеса: Бондаренко М.О. 2020. С.171-197
2. Бойчук І. Дмитрів А. Маркетинг промислового підприємства., К:Центр навчальної літератури. 2017. -360 с.
3. Васюткіна Н.В. Бойко О.М. Єрмак С.О. Бавико О.Є.. Стан та шляхи розвитку української харчової промисловості в умовах інтеграції в європейський економічний простір. Journal of Hygienic Engineering and Design. 2019.Vol. 27, pp. 69-86. ISSN:1857-8489 (Scopus)
4. Васюткіна Н.В. Антонов Т.А. Шостаковська А.В. Русінова О.С. Особливості інноваційної активності підприємств виробників харчової продукції в умовах світової пандемії. Journal of Hygienic Engineering and Design. 2021. Vol. 36, pp. 150-158. ISSN:1857-8489 (Scopus)
5. Котлер Ф. Основы маркетинга /Пер. с англ./, 2-е европейское издание. К., М., С.-Пб.: Издат. Дом «Вильямс», 2008.
6. Карбовська Л.О. Братусь Г.А. Васюткіна Н.В. Концептуальна модель інтеграції системи соціально відповідального маркетингу в стратегію управління промисловим підприємством. Наукові праці МАУП. 2019. №2 (58). С.48-56
7. Яковлев А.І., Ларка М.І., Сударкіна С.П. Маркетинг промислового підприємства : навчальний посібник / за ред. проф. А.І. Яковлева, проф. М.І. Ларки. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 496 с.
8. Ястремська О.М. та ін. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання / Ястремська О.М., Тімонін О.М., Тімонін К.О. Монографія. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.

Методичні роботи

<http://org2.knuba.edu.ua/>

Інформаційні ресурси

1. Антимонопольний комітет України. Тимчасові методичні рекомендації щодо визначення основних типів товарних ринків. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до положення: <http://www.amc.gov.ua>. – Назва з екрану (01.02..2020)
2. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. URL: [https:// rada.gov.ua/news/zak](https://rada.gov.ua/news/zak) 37. Державний комітет статистики України. URL: <https:// ukrstat.gov.ua>
3. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/ projects/ marketing-in-ua/arhive.php>
4. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua> 40. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http:// mmi. fem.sumdu.edu.ua/>
5. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdt-opu. com.ua/index.php/mdt>
6. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». URL: <http:// www.marketingandresearch.ru>
7. Журнал «Соціологія: теорія, методи, маркетинг». URL: <http:// stmm.in.ua>.
7. Журнал «Маркетинговые коммуникации». URL: <https:// grebennikon.ru/journal-1.html#volume2019-4>
8. Журнал «Мир упаковки». URL: <http:// packaging. com. ua/magazine-list>
9. Журнал «Мир продуктов». URL: <https://journals.ua/prof/mir-produktov/>
10. Щотижневик «Бізнес». URL: [http://advertising.ua/mass-media /1918/ rus/ 27. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://.uam.in.ua7.http://library.knuba.edu.ua>](http://advertising.ua/mass-media /1918/ rus/ 27. Українська асоціація маркетингу. URL: https://.uam.in.ua7.http://library.knuba.edu.ua)

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання

№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	24 (.. - заочн.) / 44 (... - заочн.)
2.	Практичне заняття	22 (... - заочн.) / 44 (...- заочн.)
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/ Контр.роб.	Контрольна робота /10 (10-заочн.)
5.	Форма контролю	Екзамен
	Всього годин	90 (90 - заочн.) / 44 (44 - заочн.)
22) Сума всіх годин:		90 (90 - заочн.)
23) Загальна кількість кредитів ECTS		3,0 (3,0 - заочн.)
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:		46(46 - заочн.)
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:		
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:		44 (44 - заочн.)
27) Примітки:		

Затверджено:

.....
(дата і підпис розробника)

.....
(підпис завідувача кафедри)