

Київський національний університет
будівництва і архітектури
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

«Затверджую»

Завідувач кафедри



/Петро ЗАХАРЧЕНКО/

03 жовтня 2022 р.

Розробник силабуса



/Світлана МАРЧЕНКО/



СИЛАБУС

Промисловий маркетинг

(назва освітньої компоненти (дисципліни))

1) Шифр за освітньою програмою: ОК 18				
2) Навчальний рік: 2022-2023				
3) Освітній рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти				
4) Форма навчання: денна, заочна				
5) Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»				
6) Спеціальність, назва освітньої програми 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг»				
7) Статус освітньої компоненти: вибіркова				
8) Семестр: 8				
9) Контактні дані викладача: доцент, кандидат економічних наук ВОТЧЕНІКОВА Ольга Володимирівна Канд.екон.н., доц. Марченко Світлана Миколаївна ауд. 362 marchenko.sm@knuba.edu.ua Контакти: (068)300-30-40				
10) Мова навчання: українська				
11) Пререквізити: Маркетинг, Маркетинг в галузях і сферах діяльності, Сучасні інформаційні технології в економіці, Економіка підприємства, Менеджмент				
12) Мета курсу: формування системи теоретичних і практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад його побудови на підприємствах.				
13) 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, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 06, 07, 08, 11, 14 ФК 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14

Київський національний університет
будівництва і архітектури

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

2.	ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 02, 03, 04, 05, 09, 10, 11 ФК 02, 07, 11
3.	ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 06, 07, 08, 11, 14 ФК 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14
4.	ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 02, 03, 04, 05, 09, 10, 11 ФК 02, 07, 11
5.	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, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 06, 07, 12, 13, 14 ФК 03, 04, 08, 09, 11
6.	ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 05, 07, 09, 12, 13 ФК 05, 12
7.	ПР 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 01, 02, 05, 07, 09, 12, 13, 14 ФК 03, 05, 07, 08
8.	ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 06, 07, 08, 11, 14 ФК 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14

14) Структура курсу:

Лекції, год.	Практичні заняття, год.	Лабораторні заняття, год.	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота здобувача, год.	Форма підсумко- вого контролю	
денна	24	22	-	Контрольна робота	44	залік
Сума годин:				90		
Загальна кількість кредитів ECTS				3,0		
Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:				30 (1,0)		

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

Лекції:

Змістовий модуль 1. Принципи та зміст маркетингу в діяльності промислових підприємств

Київський національний університет
будівництва і архітектури
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

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

Змістовий модуль 2. Ринок промислових товарів: методи його формування та вибору.

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. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.

Тема 10. Цінова політика 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. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.

Тема 10. Цінова політика 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. Конкуренентоспроможність 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

Київський національний університет
будівництва і архітектури
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

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. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.

Тема 10. Цінова політика на промисловому підприємстві.

Тема 11. Комунікаційна політика промислового підприємства.

Тема 12. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності.

15) Іспит: не передбачено НП

Київський національний університет
будівництва і архітектури
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

16) Основна література:

Підручники:

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.екон.наук, проф. Л.В. Фролової, канд.екон.наук, доц. С.О. Єрмак. Одеса: Бондаренко М.О. 2020. С.171-197
2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2018. -462 с

Навчальні посібники:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. -612 с.
2. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. -620 с.
3. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. -536 с.
4. Васюткіна Н.В. Маркетинг промислового підприємства: Навч. посібник. – К.: Вид-во Європейського університету, 2011. -438 с
5. 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.

Методичні роботи

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

17) 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/ archive.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/>
11. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://.uam.in.ua> <http://library.knuba.edu.ua>

18) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів):

Поточне оцінювання				Контрольна робота	Залік	Сума балів
М1		М2				
ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3	ЗМ4			
10	15	15	15	15	30	100

19) Умови допуску до підсумкового контролю:

Умовою допуску до іспиту є захист курсової роботи та відвідування лекційних та практичних занять. З поважної причини (хвороба чи інші обставини непереборної сили) відвідування лекційних занять може бути замінено на виконання реферату за темою лекційного заняття для врахування балів у підсумковому контролі.

20) Політика щодо академічної доброчесності:

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

21) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни: