

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра маркетингу та реклами

СИЛАБУС

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ/ INDUSTRIAL MARKETING

(дисципліна)

Інформація про викладача	
Викладач	Громова Ольга Євгеніївна
Науковий ступінь	доктор економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна 87, каб. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
E-mail:	kuprienkoolga80@gmail.com o.hromova@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=85
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10-00 – 15-00 за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо.
Інформація про дисципліну	
Освітній ступінь	-
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	-
Факультет	-
Курс	-
Групи	-
Анотація курсу	Мета вивчення дисципліни «Індустріальний маркетинг» полягає в розвитку економічного мислення студентів, глибокого комплексного розуміння студентами проблем маркетингової діяльності індустріального підприємства та опанування навичками їх практичного вирішення. Предметом вивчення дисципліни є маркетингова діяльність індустріальних підприємств на ринку товарів виробничого призначення в сучасних еволюційних умовах. Завдання: у процесі вивчення дисципліни «Індустріальний маркетинг» студенти повинні оволодіти: – глибокими теоретичними знаннями маркетингової діяльності індустріальних підприємств в сучасних еволюційних умовах; – навичками творчого аналізу практики маркетингової діяльності індустріальних підприємств; – методичним інструментарієм вирішення маркетингових проблем індустріальних підприємств; – навичками оцінки ефективності та наслідків здійснення маркетингових рішень.
Мова викладання	Українська

Місце дисципліни в освітній програмі						
Освітня програма (ОП)	-					
Перелік компетентностей	<ul style="list-style-type: none"> - здатність розуміти сутність понять «маркетинг», «індустріальний маркетинг»; - здатність розуміти особливості маркетингового дослідження індустріального ринку; - здатність використовувати процес планування індустріального маркетингу на підприємстві; - здатність розуміти сутність товарної політика індустріального підприємства. 					
Перелік програмних результатів навчання	<ul style="list-style-type: none"> - вміти діагностувати закупівлі виробничих ресурсів індустріальним підприємством; - оцінювати цінову політику індустріального підприємства; - вміти обирати оптимальну збутову діяльність індустріального підприємства; - вміти здійснювати контроль та аналіз індустріального маркетингу; - визначати комерційний ризик у маркетинговій діяльності індустріального підприємства. 					
Пререквізити дисципліни	-					
Тематичний план та оцінювання результатів навчання						
Тематичний план (схема вивчення курсу)	Теми	Кількість годин			Форми контролю	
		Всього годин/кредитів	з них			
			лекції	практ.		СРС
Тема 1. Сутність і роль індустріального маркетингу в ринковій економіці	24	4	4	16	Р, ІЗ, ДН	
Тема 2. Промислові та споживчі товари	24	4	4	16	Р, ІЗ, ППЗ, ДН	
Тема 3. Ринок і ринкові відносини	24	4	4	16	УО, ПО, Р, ІЗ, ППЗ, ДН	
Тема 4. Мотиви покупців товарів промислового призначення.	24	4	4	16	УО, ПО, Р, ІЗ, ППЗ, ДН	
Тема 5. Структура затрат покупців	24	4	4	16	УО, ПО, Р, ІЗ, ППЗ, ДН	
Тема 6. Дослідження ринку товарів промислового призначення в сучасних умовах та їх особливості.	20	4	4	12	УО, ПО, СУН, Р, ІЗ, ППЗ, ДН	
Тема 7. Дослідження кон'юнктури ринку та її впливу на маркетингову діяльність індустріальних підприємств	18	4	4	10	УО, ПО, Р, ІЗ, ППЗ, ДН, СУН	
Тема 8. Управління та планування маркетингу індустріального підприємства	22	4	4	10	УО, ПО, Р, ІЗ, ППЗ, ДН, СУН	
Тема 8.1 Формування цілей індустріального підприємства. Тема 8.2 Бізнес-план маркетингової діяльності.						2
Разом за семестр	180/6	34	34	112		
Підсумковий контроль	Екзамен					
Умовні позначення: УО – усне опитування, ПО – письмове опитування, Р – реферат, ППЗ – перевірка практичного завдання, ДН – дистанційне навчання, ІЗ – індивідуальне завдання, СУН – система управління навчанням Moodle						
Поточний контроль / критерії оцінювання	1. За кожне практичне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів) 2. Самостійна робота студента – 32 бали. Разом за семестр – 100 балів.					

	<p>На практичному занятті оцінюється (4 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - усна/письмова відповідь студента – 1 бал; - правильність розрахунків при розв'язанні ситуаційних завдань – 2 бали; - оформлення відповіді (звіту) та його захист – 1 бал. <p>Оцінювання самостійної роботи студента (32 бали):</p> <ul style="list-style-type: none"> - підготовка наукових публікацій та участь з доповідями на наукових конференціях, семінарах (10 балів); - виконання та презентація індивідуального завдання (14 балів); - робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 8 балів.
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нечасв В.П., Промисловий маркетинг : Навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни. Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. 185 с. 2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с. 3. Громова О. Є. Стратегічне управління конкурентоздатністю підприємства: маркетингові аспекти формування : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2020. 384 с. 4. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с.
Політика дисципліни	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ.</p> <p>На практичному занятті оцінюються: відповіді здобувачів; участь у дискусіях; розв'язування задач/ситуацій, правильність розрахунків; письмові відповіді; доповіді на визначену тематику;</p> <p>Оцінювання самостійної роботи: підготовка наукових статей, наукових публікацій та участь з доповідями у студентських конференціях і семінарах; виконання індивідуального завдання; робота в системі дистанційної освіти MOODLE.</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем.</p> <p>Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі:</p> <ul style="list-style-type: none"> - допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; - конспект, в якому міститься індивідуальна робота за відповідною темою; - довідку про проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН «MOODLE» з дисципліни «Індустріальний маркетинг»; <p>Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.</p> <p>Умови допуску до підсумкового контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент – 35; - відпрацювати усі пропущені заняття; - не мати академічної заборгованості за попередній семестр. <p>У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.</p> <p>Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведу</p>

	поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.
Академічна доброчесність	<p>Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf.</p> <p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</p>
Інші складові політики дисципліни	<p>Усі завдання з дисципліни «Індустріальний маркетинг» мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.</p> <p>Дисципліна «Індустріальний маркетинг» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів, які відсутні на заняттях - отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання.</p> <p>Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).</p>

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник



Ольга ГРОМОВА

Завідувач кафедри



Ірина ПОЛШЧУК