

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами
СИЛАБУС**

БІЗНЕС-МАРКЕТИНГ / BUSINESS-MARKETING

Інформація про викладача	
Викладач	Поліщук Ірина Ігорівна
Науковий ступінь	Доктор економічних наук
Вчене звання	Доцент
Посада	Завідувач кафедри маркетингу та реклами, професор
Адреса кафедри	вулиця Соборна, будинок 87, корпус 1, кабінет 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
Е-mail:	iip2016@ukr.net ; polischuk@vtei.com.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: http://sun.vtei.com.ua/course/
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	Дисципліна «Бізнес-маркетинг» направлена на формування у здобувачів вищої освіти системного розуміння цілей маркетингу, допоможе краще пізнати клієнта (споживача) й зрозуміти, яким чином адаптувати продукт до нових викликів. Криза змінила потреби клієнтів (споживачів) сьогодні, однак маркетингова підтримка виходу на ринок розробленого продукту чи сервісу залишається невід'ємною частиною сучасного бізнесу. Маркетинг дозволяє зрозуміти клієнта й адаптувати продукт відповідно до його поточних потреб.
Мова викладання	Українська
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма (ОП)	–
Перелік компетентностей	— здатність розуміти сутність понять «бізнес-маркетинг»; — здатність формувати систему професійних поглядів щодо впровадження маркетингової політики в бізнес-діяльності підприємства; — здатність обирати і застосовувати ефективні засоби бізнес-управління маркетинговою діяльністю підприємства; — здатність оцінювати та розвивати маркетинговий потенціал підприємства.

Перелік програмних результатів навчання	<ul style="list-style-type: none"> — вміти діагностувати умови функціонування підприємства; — оцінювати вплив бізнес-ідеї на діяльність підприємства; — вміти обирати оптимальну маркетингову політику (товарну, цінову, збутову, комунікаційну) в бізнес-діяльності підприємства, враховуючи умови невизначеності; — вміти кількісно вимірювати маркетингові ризики; — - демонструвати підходи до розвитку маркетингу персоналу та розвитку маркетингового потенціалу підприємства.
---	---

Пререквізити дисципліни	–
-------------------------	---

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
		Усього годин / кредитів	з них			
			лекції	практичні заняття	самостійна робота	
1	2	3	4	5	6	
Тема 1. Роль маркетингу в системі бізнес-діяльності підприємства	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, СУН	
Тема 2. Маркетингове дослідження ринку та стратегія для бізнес-ідеї	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 3. Управління товарною політикою в бізнес-діяльності підприємства	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 4. Управління ціновою політикою в бізнес-діяльності підприємства	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 5. Управління політикою розповсюдження в бізнес-діяльності підприємства	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 6. Управління комунікаційною політикою в бізнес-діяльності підприємства	19	4	4	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 7. Сервісна концепція в бізнес-діяльності підприємства	15	2	2	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 8. Особливості оцінки маркетингових ризиків	15	2	2	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Тема 9. Розвиток маркетингу персоналу	15	2	2	11	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН	
Тема 10. Розвиток маркетингового потенціалу підприємства	21	4	4	13	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК	
Всього	180/6	34	34	112		
Підсумковий контроль – екзамен						
Умовні позначення:						
УО – усне опитування;		ІЗ – індивідуальне завдання;				
ПО – письмове опитування;		СУН – система управління навчання Moodle;				
Т – тестування;		ДК – розрахунки та дослідження з використання комп'ютера.				
Р – реферат;						

Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>1. За кожне практичне заняття – 4 бали. (17 занять * 4 бали = 68 балів)</p> <p>2. Самостійна робота студента – 32 бали. Разом за семестр – 100 балів.</p> <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,
---	--

	<p>семінарах (10 балів);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. Поліщук І.І. <i>Ризики в маркетингу: опорний конспект лекцій</i>. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 76 с. 2. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. <i>Маркетинг: Навчальний посібник</i>. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с. 3. Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П. <i>Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: монографія</i>. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. 284 с. 4. Поліщук І.І. <i>Маркетинговий потенціал в системі управління підприємством: монографія</i>. Вінниця: ВРВ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 356 с. 5. Танасійчук А.М. (Ковінько О.М.) <i>Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності: монографія</i>. К.: КНТЕУ, 2017. 423 с.
Політика дисципліни	
Організація навчання	<p>Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як система управління навчанням «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline / Face to face).</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 «Бізнес-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 переведення поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.</p>
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>

<p>Інші складові політики дисципліни</p>	<p>Усі завдання з дисципліни «Бізнес-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 «Бізнес-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

Завідувач кафедри

Ірина ПОЛЩУК

Ірина ПОЛЩУК