



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг підприємств виробничої та невиробничої сфери»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП «Маркетинг»
Освітній рівень	Першій (бакалаврський)
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, бсеместр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, https://nipp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладачів	fem.dobryanska@nipp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування у майбутнього фахівця системи професійних і особистісних компетентностей у галузі теоретичних і практичних знань щодо маркетингу виробничих підприємств та організацій сфери послуг, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад використання	
Програмні результати навчання	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Передумови для навчання	
Попередньо опановані дисципліни: маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетинг в публічному управлінні	
Індивідуальне завдання	Розрахункова робота
Зміст навчальної дисципліни	
Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку маркетингу промислового підприємства. Тема 2. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності. Тема 3. Планування	



маркетингової діяльності на підприємстві. **Тема 4.** Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари. **Тема 5.** Товарна політика та управління асортиментом продукції промислового підприємства. **Тема 6.** Управління розподілом і збутом готової продукції промислового підприємства. **Тема 7.** Структура і роль сфери послуг. **Тема 8.** Послуга як товар. Маркетинг послуг. **Тема 9.** Особливості ринку послуг. **Тема 10.** Узгодження попиту і пропозиції у маркетингу послуг. **Тема 11.** Маркетинг взаємодії (відносин). **Тема 12.** Внутрішній маркетинг (маркетинг персоналу).

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5518>

Рекомендовані джерела

1. Бойчук І., Дмитрів А. Маркетинг промислового підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 360 с.
2. Борисенко М. А. Промисловий маркетинг / М. А. Борисенко, О. А. Гронь, В. М. Щетинін. Х.: Вид. ХНЕУ, 2018. 292 с.
3. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях та сферах діяльності. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 536 с.
4. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Маркетинг послуг. (вид. 2-ге, виправл. і доп.). К.: ЦНЛ, 2017. 400 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К.: Комп'ютерне видавництво «Діалектика», 2020. 880 с.
6. Нечаєв В.П., Промисловий маркетинг: навч.-метод. посіб. для самот. вивчення дисципліни-Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. 185с.
7. Пилипчук В.П., Оснач О.Ф., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 264 с.
8. Промисловий маркетинг: курсова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: О. В. Зозульов, Т.О.Царьова, Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 80 с.
9. Федорченко А.В., Окунева О.В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика: монографія / за ред. А.В. Федорченка А.В. Київ: КНЕУ, 2015. 230 с.
10. Grönroos Ch. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Approach. 2nd ed. - UK: Wiley, 2000. 198 p.
11. Lovelock, Christopher H., Wirtz, Jochen, Services marketing: people, technology, strategy. Description: Eighth edition. | New Jersey: World Scientific, [2016]. 1238 p.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	30
Індивідуальне завдання (розрахункова робота)	20
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»



Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	
1 - 34	F	незадовільно

Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=5518>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13