



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингова промислового підприємства

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Єременко Олена Миколаївна

к.е.н., доцент

yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4

кредити ЄКТС
(120 годин)

42

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
28 годин семінарських занять)

78

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні дисциплін «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Товарознавство», «Прийняття управлінських рішень у маркетингу» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетентності фахівця з маркетингу, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

надання знань з науково-теоретичних основ маркетингу та практичних навичок з організації, планування, реалізації і контролю маркетингової діяльності сучасного промислового підприємства.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Сутність, завдання і теоретичні засади маркетингу промислового підприємства

- Тема 1.** Промисловий маркетинг: сутність, завдання, розвиток
- Тема 2.** Промисловий ринок як об'єкт промислового маркетингу.
- Тема 3.** Сегментування промислового ринку.

Модуль 2. Управління маркетингом промислового підприємства

- Тема 4.** Система маркетингових досліджень та інформації на промисловому ринку
- Тема 5.** Якість і конкурентоспроможність товарів виробничого призначення
- Тема 6.** Особливості маркетингового планування і контролю діяльності промислового підприємства
- Тема 7.** Стратегії промислового маркетингу

Модуль 3. Маркетинг-мікс промислового підприємства

- Тема 8.** Процес товаропостачання на промисловому ринку і поведінка покупців
- Тема 9.** Ціноутворення на промисловому ринку
- Тема 10.** Розподіл і збут товарів виробничого призначення
- Тема 11.** Система маркетингових комунікацій у промисловому маркетингу



Донецький державний університет управління

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
- застосовувати технології маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 55 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 21 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 18 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 6 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.



Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. К. : Центр учбової літератури. 2012. 612 с.
2. Бойчук І. В., Дмитрів А. Я. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 360с.
3. Нечаєв В.П. Промисловий маркетинг: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни. Кривий Ріг : МІНЕРАЛ, 2016. 185 с.
4. Яковлев А.І, Сударкина С., Ларка М.І. Маркетинг промислового підприємства. К. : Кондор. 2019. 496 с.

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
2. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.
3. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.
4. William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy. Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach. McGraw-Hill Irwin. 2013. 832 p.

Інтернет джерела:

1. Блоговидання про B2B маркетинг. URL: <http://b2bblogger.com/>.
2. Журнал "Промышленный и B2B-маркетинг" URL: <http://grebennikon.ru/journal-32.html>.
3. Журнал "Промышленный маркетинг". URL: <http://www.marketprom.ru/>.
4. ЛігаБізнесінформ. URL: www.liga.net/.
5. Маркетинг: передумови виникнення та суть. URL:<http://www.znannya.org>.
6. Маркетинговий портал. URL: <http://www.marketing-research.in.ua>
7. Новий маркетинг. URL: <http://www/marketing.web-standart.net>.