

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ

Інститут економіки та менеджменту
(назва інституту)

Кафедра підприємництва та маркетингу
(назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІЕМ

(підпис)

Добрий О.Г. Дзьоба

(підпис)

(прізвище та ініціали)

10 10 2019 р.

Промисловий маркетинг
(назва навчальної дисципліни)

РОБОЧА ПРОГРАМА

Перший (бакалаврський) рівень
(рівень вищої освіти)

галузь знань

07 Управління та адміністрування

(шифр і назва)

спеціальність

076 Підприємство, торгівля та біржова діяльність

(шифр і назва)

спеціалізація*

(назва)

вид дисципліни

вибіркова

обов'язкова / вибіркова

Івано-Франківськ-2019

* за умови затвердження вченою радою ІФНТУНГ

Робоча програма дисципліни «Промисловий маркетинг» для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою на здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність».

Розробник:

доцент кафедри підприємництва та маркетингу,
к.с.н. ДОМЕНТ
(посада, назва кафедри, науковий ступінь, місце зв'язку)



О.Б.Василик
(прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні підприємництва та маркетингу
(назва кафедри)

Протокол від « 29 » серпня 2019 року № 1

/ Завідувач кафедри підприємництва та маркетингу
(назва кафедри)

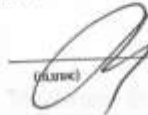


І.В.Перевозова
(прізвище та ініціали)

Узгоджено:

/ Завідувач випускової кафедри

підприємництва та маркетингу
(назва кафедри)



І.В.Перевозова
(прізвище та ініціали)

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ресурс годин на вивчення дисципліни «Промисловий маркетинг» згідно з чинним РНП, розподіл по семестрах і видах навчальної роботи для різних форм навчання характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни

Найменування показників	Всього		Розподіл по семестрах			
			Семестр 7		Семестр _____	
	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)
Кількість кредитів ECTS	3	3	3	3		
Кількість модулів	1	1	1	1		
Загальний обсяг часу, год	90	90	90	90		
Аудиторні заняття, год, у т.ч.:	36	12	36	12		
лекційні заняття	18	6	18	6		
семінарські заняття	-	-	-	-		
практичні заняття	18	6	18	6		
лабораторні заняття	-	-	-	-		
Самостійна робота, год, у т.ч.	54	78	54	78		
виконання курсового проекту (роботи)	-	-	-	-		
виконання контрольних (розрахунково-графічних) робіт	-	-	-	-		
опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	5	15	5	15		
опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	14	14	14	14		
підготовка до практичних занять та контрольних заходів	6	20	6	20		
підготовка звітів з лабораторних робіт	-	-	-	-		
виконання індивідуальної роботи	9	9	9	9		
підготовка до екзамену	20	20	20	20		
Форма семестрового контролю	Екзамен		Екзамен			

2 МЕТА ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Мета вивчення дисципліни – набуття фахівцями компетенцій щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад використання на промисловому підприємстві.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі **результати навчання** через знання, уміння та навички:

- знати сутність, концепцію промислового маркетингу;
- знати особливості товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики промислового підприємства;
- вміти планувати та контролювати маркетингову діяльність на підприємстві;
- навички у проведенні комплексного аналізу ринку з метою виявлення та формування попиту на промислові товари;

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей, передбачених стандартом вищої освіти України для спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України 13.11.2018 р. № 1243, зокрема:

інтегральної: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов

загальних:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

фахових:

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

Результати навчання дисципліни деталізують **такі програмні результати навчання, передбачені** стандартом вищої освіти України для спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України 13.11.2018 р. № 1243 (із зазначенням порядкового номеру у відповідності до розділу V цього стандарту):

1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях;
2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності;
13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;
17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних, біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

3 ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

3.1 Тематичний план лекційних занять

Тематичний план лекційних занять дисципліни характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 – Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
М1	Промисловий маркетинг	18	6		
Т 1	Суть, завдання та розвиток промислового маркетингу. Визначення та роль промислового маркетингу. Функції промислового маркетингу. Концепції промислового маркетингу та їх розвиток. Стратегії промислового маркетингу.	2	2	1	1, 2
Т 2	Ринки промислових товарів. Класифікація та характеристика промислових ринків. Промислові та споживчі товари. Учасники.	2	1	1	3
Т 3	Конкуренція на промислових ринках. Кон'юнктура ринку промислової продукції. Сутність, функції, методи та види конкуренції. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Ринкова кон'юнктура та її показники.	2	1	1	6, 7
Т 4	Сегментування ринку. Формування та дослідження попиту на промислові товари. Сегментування ринку споживачів та поведінка підприємств. Визначення цільового ринку та позиціонування товару. Особливості попиту на промисловому підприємстві та мотиви покупців. Дослідження попиту та визначення місткості ринку.	2		1	8
Т 5	Товарна політика та управління асортиментом продукції. Сутність товарної політики. Конкурентоздатність товару. Життєвий цикл товару. Управління інноваціями в маркетинговій товарній політиці промислового підприємства.	2		1	10
Т 6	Цінова і комунікаційна політика. Суть, фактори, етапи та стратегії ціноутворення. Методи ціноутворення. Комунікативна політика, її види та значення у маркетинговій діяльності підприємства. Інтернет-технології у промисловому маркетингу.	2		1	11, 14
Т 7	Управління розподілом і збутом готової продукції. Мета політики розподілу, завдання та характеристика збуту продукції. Планування збуту. Канали розподілу. Сервісне обслуговування покупців промислової продукції	2		1	12
Т 8	Планування і регулювання збутових запасів. Маркетинг у галузі закупівлі промислових това-	2	2	1	9,13

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
	рів. Необхідність і фактори створення матеріальних запасів. Види матеріальних запасів. Нормування збутових запасів. Аналіз ABC-XYZ в управлінні збутовими запасами				
Т 9	Організація, планування, контроль та аналіз маркетингової діяльності на підприємстві. Організація маркетингової діяльності. Планування маркетингової діяльності на підприємстві. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності.	2		1	1.3, 4, 15

Всього: М1 – змістових модулів 1

3.2 Теми практичних (семінарських) занять

Теми практичних (семінарських) занять дисципліни наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних (семінарських) занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
М1	Промисловий маркетинг	18	6		
Т 1	Суть, завдання та розвиток промислового маркетингу	2		1п	1
Т 2	Ринки промислових товарів.	2		1п	1
Т 3	Конкуренція на промислових ринках. Кон'юнктура ринку промислової продукції.	2		1п	2
Т 4	Сегментування ринку. Формування та дослідження попиту на промислові товари.	2	2	1п	3
Т 5	Товарна політика та управління асортиментом продукції.	2		1п	4
Т 6	Цінова і комунікаційна політика.	2	2	1п	5, 7
Т 7	Управління розподілом і збутом готової продукції.	2		1п	6
Т 8	Планування і регулювання збутових запасів.	2	2	1п	6
Т 9	Організація, планування, контроль та аналіз маркетингової діяльності на підприємстві.	2		1п	8

3.3 Завдання для самостійної роботи студента

Перелік матеріалу, який виноситься на самостійне вивчення, наведено у таблиці 4.

Таблиця 4 – Матеріал, що виносить на самостійне вивчення

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, які виноються на самостійне вивчення	Обсяг годин	Література	
			порядковий номер	розділ, підрозділ
М1	Промисловий маркетинг	14		
Т 1	Моделі прийняття стратегічних рішень. Екологічний маркетинг	2	1с 2с	3
Т 2	Основні розбіжності маркетингу промислових та маркетингу споживчих товарів	1	1с	6, 7
Т 3	Кон'юнктура ринку та визначення рівня ціни	1	1с	8
Т 4	Структура затрат покупців (малі фірми, великі фірми, агенти тощо)	1	1с	10
Т 5	Управління якістю промислової продукції. Промисловий бренд	2	1с	11, 14
Т 6	Методи оптимізації цін. Засоби масової інформації	2	1с	6, 7
Т 7	Продаж пропозиції цінності клієнтам.	2	3с	Тема 6-7
Т 8	Вплив збутових запасів на фінансовий стан підприємства	1	1с	9,13
Т 9	Побудова маркетингової служби на підприємстві за ринковою, функціональною, товарною, регіональною та змішаною ознаками	2	1с	1.3, 4, 15

Індивідуальні завдання студента, які також входять до самостійної роботи студента, наведено у таблиці 5

Таблиця 5 – Перелік індивідуальних завдань студента

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), зміст індивідуальних завдань (ІЗ)	Обсяг годин	Література	
			порядковий номер	розділ, підрозділ
М1	Промисловий маркетинг	9		
Т 1-9	Презентація до відповідної теми з дисципліни «Промисловий маркетинг» (номер теми відповідає номеру студента за списком)	9	1 3 4	1-15 1-12 1-14

Інші види самостійної роботи та загальний її баланс характеризує таблиця 1.

4 НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Оснач, О. Ф. Промисловий маркетинг [Текст]: підручник / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літ., 2011. – 364 с.
2. Жарська, І. О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи [Текст]: навч. посіб. / І. О. Жарська. – Одеса : Атлант ВОІ СОІУ, 2016. – 284 с.
3. Василик, О. Б. Промисловий маркетинг : методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни / О. Б. Василик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 19 с.

Додаткова література

4. Святненко, В. Ю. Промисловий маркетинг. [Текст] : навч. посіб. / В. Ю. Святненко. – К. : МАУП, 2001. – 264 с. : іл. – 257-259.
5. Старостіна, А. О. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика. [Текст] : підручник / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко. – К. : Знання, 2005. – 764 с.
6. Устенко, А. О. Маркетинг [Текст] : практикум. Ч.2 / А. О. Устенко, Л. С. Тараєвська. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2003. – 131 с.
7. Циба, Т. Є. Маркетингове планування [Текст] : навч. посіб. / Т. Є. Циба, М. І. Сокур, В. І. Баюра. – К. : ЦУЛ, 2007. – 128 с.
8. Конспект лекцій з курсу "Екологічний маркетинг" [Текст] / Прокопенко О.В., уклад. – Суми : Сум. держ. ун-т, 2007. – 148 с.

Література та методичне забезпечення практичних занять

- 1п Жарська, І. О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи [Текст] : навч. посіб. / І. О. Жарська. – Одеса : Атлант ВОІ СОІУ, 2016. – 284 с.
- 2п Устенко, А. О. Маркетинг [Текст] : практикум. Ч.2 / А. О. Устенко, Л. С. Тараєвська. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2003. – 131 с.

Література та методичне забезпечення самостійної роботи

- 1с Оснач, О. Ф. Промисловий маркетинг [Текст] : підручник / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літ., 2011. – 364 с.
- 2с Конспект лекцій з курсу "Екологічний маркетинг" [Текст] / Прокопенко О.В., уклад. – Суми : Сум. держ. ун-т, 2007. – 148 с.
- 3с Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності. Режим доступу : https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/MARKETING101/2015_T2/info
- 4с Василик, О. Б. Промисловий маркетинг : методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни / О. Б. Василик. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 19 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

- 1і. Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності. Режим доступу : https://courses.prometheus.org.ua/courses/Prometheus/MARKETING101/2015_T2/info
- 2і MMR – Marketing Media Rewiew. Режим доступу : <https://mmr.ua/#734843490.1524089398>

5 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Оцінювання знань студентів проводиться за результатами комплексного контролю теоретичних знань за модулем М1. Також у модулі передбачено контроль практичних навиків та перевірка засвоєння матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення Схему нарахування балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни наведено в таблиці 6.

Таблиця 6 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань студентів з дисципліни «Промисловий маркетинг»

	Види робіт, що контролюються	Максимальна кількість балів
1	Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М1: Км1	35
	в тому числі контроль виконання самостійної роботи з Т7	10

2	Контроль засвоєння практичних навиків модуля М1 (10*5)	65
	в тому числі контроль виконання індивідуальної роботи	15
	Усього	100

Екзаменаційна оцінка з дисципліни виставляється студенту відповідно до чинної шкали оцінювання, що наведена нижче.

Остаточне оцінювання з дисципліни проводиться відповідно до вимог чинного Положення «Про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу студентів»

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
67-74	D	задовільно
60-66	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

