

ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства, маркетингу та економічної теорії



ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ІНІ МСГ

Анатолій ПОЛЯКОВ

(підпис)

(Ім'я Прізвище)

« 31 » 08 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ В ІНЖЕНЕРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

(назва навчальної дисципліни)

Спеціальність 208 «Агроінженерія»

Освітня програма «Агроінженерія»

Освітній рівень магістр

ІНІ механізація сільського господарства

Робоча програма «Маркетинг промислового підприємства» для студентів спеціальності 208 «Агроінженерія»
« 28 » серпня 2020 р. - 8 с.

Розробники: (вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)


Бережна Юлія Геннадіївна, доцент кафедри економіки підприємства, маркетингу та економічної теорії, кандидат економічних наук

Кислюк Любов Вікторівна, завідувач кафедри економіки підприємства, маркетингу та економічної теорії, кандидат наук із соціальних комунікацій.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки підприємства, маркетингу та економічної теорії

Протокол від «28» серпня 2020 р. № 8

Завідувач кафедри
«28» серпня 2020 р.



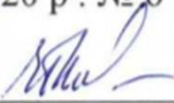
(підпис)

Любов КИСЛЮК

Схвалено науково-методичною комісією економічного факультету

Протокол від «31» серпня 2020 р. № 6

Голова
«31» серпня 2020 р.



(підпис)

Олена РІБЕЙРО РАМОС

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Статус навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 20 « Аграрні науки та продовольство»	Нормативна	
	Напрямок підготовки:		
Індивідуальне науково-дослідне завдання –	Спеціальність: 208 «Агроінженерія	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90		2-й	2-й
		Семестр	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4	Освітній рівень: магістр	Лекції	
		20 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	4 год.
		Лабораторні	
		год.	год.
		Самостійна робота	
60 год.	82 год.		
Мова навчання: українська		У тому числі:	
		Індивідуальні завдання: Вид контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності» є формування у студентів системи теоретичних і практичних знань щодо досліджень маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад використання.

2.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності» є теоретична та практична підготовка студентів з питань:

- сутності промислового маркетингу;
- методології маркетингових досліджень;
- розроблення і планування маркетингових стратегій та їх реалізація підприємствами;
- опанування сучасних методів управління маркетинговою й комунікаційною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу продукції;

2.4. Згідно з вимогами освітньої програми навчальна дисципліна спрямована на формування програмних **компетентностей**:

ЗК-4. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК-5. Здатність працювати в команді.

ФК-1. Здатність розв'язувати складні управлінські задачі та проблеми в сфері сільськогосподарського виробництва.

ФК-4. Здатність застосовувати сучасні інформаційні та комп'ютерні технології для вирішення професійних завдань.

ФК-8. Здатність використовувати методи управління й планування матеріальних та пов'язаних з ними інформаційних і фінансових потоків для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

3. Результати навчання

Згідно з вимогами освітньої програми навчальна дисципліна спрямована на формування наступних **програмних результатів навчання**:

ПРН-5. Приймати оптимальні та обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення прибутковості підприємства.

ПРН-6. Приймати ефективні рішення стосовно форм і методів управління інженерними системами в АПК.

ПРН-13. Здійснювати ефективне управління та оптимізацію матеріальних потоків.

4. Передумови для вивчення дисципліни

Для вивчення дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності» достатньо знань з дисциплін за попередні роки навчання

5. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку маркетингу

Предмет, сутність та основні категорії з дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності». Комплексі функції маркетингу. Основні сили та фактори, що діють у маркетинговому середовищі фірми. Організація маркетингової діяльності підприємства.

Тема 2. Стратегії маркетингу

Стратегія та етапи її формування в маркетингу. Типи стратегій. Моделі прийняття стратегічних рішень.

Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності

Ринок. Функції ринку. Класифікація ринків промислових підприємств. Класифікація промислових призначень.

Тема 4. Планування маркетингової діяльності на підприємстві

Планування. Цілі, завдання та етапи планування діяльності підприємства. Методи розробки планів. Сутність маркетингового планування. Види планів. Структура бізнес-плану. Розділи та їх зміст.

Тема 5. Маркетингові дослідження на підприємстві

Роль, мета, цілі маркетингового дослідження промислових товарів. Види маркетингових досліджень. Класифікація маркетингової інформації. Критерії вибору методу опитування в маркетингових дослідженнях.

Тема 6. Конкуренція.

Конкуренція: сутність, функції. Види конкуренції серед виробників промислових товарів. Конкурентні стратегії: основні типи. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Тема 7. Кон'юнктура ринку.

Поняття ринкової кон'юнктури. Групи показників кон'юнктури. Ризик, його критерії. Зони ризику для товарів промислового призначення.

Тема 8. Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту.

Сегментування промислових ринків, цілі та умови проведення. Методи сегментування. Цільовий ринок. Порядок розробки цільових ринків. Методи розробки цільового ринку. Особливості попиту на промисловому ринку.

Тема 9. Товарна політика та управління асортиментом продукції.

Товарна політика підприємства. Структура маркетингової товарної політики підприємства. Товарні стратегії фірми. Життєвий цикл товару.

Тема 10. Цінова політика

Сутність цінової політики. Фактори ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення.
Стратегії ціноутворення. Методи ціноутворення.

6. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	лаб	с.р.		л	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ТЕМА 1. Сутність, завдання та концепції маркетингу.	8	2	1		5	12				7
ТЕМА 2. Стратегії маркетингу	8	2	1		5	12	1	1		7
ТЕМА 3. Ринок товарів і особливості маркетингової діяльності.	8	2	1		5	12	1	1		8
ТЕМА 4. Планування маркетингової діяльності на підприємстві	8	2	1		5	10	1	1		8
ТЕМА 5. Маркетингові дослідження на підприємстві.	8	2	1		5	8	1	1		8
ТЕМА 6. Конкуренція	8	2	1		5	8				8
ТЕМА 7. Кон'юнктура ринку	8	2	1		5	7				8
ТЕМА 8. Сегментування ринку.	8	2	1		5	7				8
ТЕМА 9. Товарна політика та управління асортиментом продукції	13	2	1		10	7				10
ТЕМА 10. Цінова політика	13	2	1		10	7				10
Усього годин	90	20	10	-	60	90	4	4		82

7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність, завдання та концепції промислового маркетингу	1	
2	Стратегії промислового маркетингу	1	1
3	Ринок товарів і особливості маркетингової діяльності.	1	1
4	Планування маркетингової діяльності на підприємстві	1	1
5	Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві.	1	1
6	Конкуренція на промислових ринках	1	
7	Кон'юнктура ринку промислової продукції	1	
8	Сегментування ринку	1	
9	Товарна політика та управління асортиментом продукції	1	
10	Цінова політика	1	

8. Теми лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

9. Індивідуальні завдання

Не передбачено навчальним планом

10. Критерії оцінювання результатів навчання

Оцінювання знань студентів здійснюється відповідно до Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю результатів навчання студентів Луганського національного аграрного університету (https://lnau.in.ua/DOCS/NormDocs/Pologennya_pro_provedennya_kontrolya.pdf).

11. Форми поточного та підсумкового контролю і засоби діагностики результатів навчання

11.1. Поточний контроль проводиться у вигляді опитування.

11.2. Підсумковий контроль проводиться у вигляді заліку.

11.3. Засобами діагностики результатів навчання є стандартизовані тести та презентації студентами результатів виконаних завдань.

11.4. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль										Семестровий контроль	Сума
T	T	T	T	T	T	T	T	T	T		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	40	100

T1, T2 ... T9 – теми навчальної дисципліни.

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Дошка, ноутбук, проектор, мобільний екран, програмне забезпечення (Windows 10, Office 365, інше спеціалізоване програмне забезпечення – за необхідності), засоби доступу до мережі internet, засоби унаочнення: плакати, навчальні відеофільми, навчальні стенди.

13. Рекомендовані джерела інформації

13.1. Навчальна та інша література

1. Андрєєва Н. М. Товарна інноваційна політика : [навчальний посібник] / Н. М. Андрєєва, О. В. Рулінська. – Одеса : Апрель, 2015. – 279 с.

2. Васюткіна Н.В. Маркетинг промислового підприємства: навч.посіб./Н.В.Васюткіна.- Київ : Вид-во Європейського університету, 2011.- 438 с.

3. Інноваційне підприємництво : креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посіб. для вищих навч. закладів / за ред. проф. Ю. М. Бажала.— К. : Унів. вид-во ПУЛЬСА- РИ, 2015.— 278 с.

4. Стратегічний аналіз : навч. посіб. для студ. Вищ. навч. закл. усіх спец./ за ред. проф. О. В. Кочеткова. Київ: Кондор-Видавництво, 2017. 412с.

Допоміжна

1. Липов В. В. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації. Вихідні засади геоекономічного аналізу та прогнозування стратегії розвитку України в умовах глобалізації / В. В. Липов // Економіка України. – 2018. – № 3 (676). – С. 21-35.

2. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхітаряна., 2017. - С. 22-45, 112-116.

14.2 Електронні ресурси

1. Навчально-методичне забезпечення дисципліни [Електронний ресурс].

2. Електронний репозитарій ЛНАУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: : <http://dspace.lgnau.edu.ua/xmlui>

3. Інтернет ресурси:

Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

Офіційний сайт Міністерства праці та соціальної політики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.msp.gov.ua>

Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Офіційний сайт Всесвітньої торгової організації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.wto.org>

Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.imf.org>

Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.oecd.org>