

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Кафедра тваринництва та харчових технологій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан
аграрного факультету
Лілія МАРТИНЕЦЬ
“20” вересня 2023 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ В ІНЖЕНЕРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти

магістр

(магістр, магістр)

Факультет (назва)	Галузь знань (шифр і назва галузі знань)	Спеціальність (шифр і назва спеціальності)	Освітня програма (назва освітньої програми)
Аграрний факультет	20 Аграрні науки та продовольство	208 Агроінженерія	Агроінженерія

Розробник: Мінакова В.О., старший викладач кафедри тваринництва та харчових технологій
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступень та вчене звання)


(підпис)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри:
тваринництва та харчових технологій
(назва кафедри)

Протокол № 14 від 31 серпня 20 23 р.

Завідувач кафедри: тваринництва та харчових технологій


(підпис)

Валентина
МОГУТОВА
(прізвище та ініціали)

Схвалено методичною комісією факультету:

Аграрного
(назва факультету)

Протокол № 9 від 14 вересня 20 23 р.

Голова методичної комісії:


(підпис)

Овчаренко О. А.
(прізвище та ініціали)

ВСТУП

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності» складена відповідно до освітньої програми «Агроінженерія» підготовки магістра галузі знань 20 Аграрні науки та продовольство спеціальності 208 Агроінженерія, формує компетентності та результати навчання, якими оволодіють здобувачі вищої освіти.

Мета вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності» полягає в формуванні знань щодо базових категорій маркетингу та практичних навичок організації маркетингової діяльності в інженерній діяльності в процесі функціонування маркетингу на підприємствах аграрного сектору.

Завдання вивчення дисципліни «Маркетинг в інженерній діяльності»:

1. Вивчення теоретичних понять категорій маркетингу його класифікації і характеристик, а також сучасних тенденцій у галузі маркетингу;
2. Набуття навичок досліджень ринків технологічних послуг та технічної продукції;
3. Виховання здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової товарної та цінової політики, політики продажу та просування в інженерній діяльності.

Навчальна дисципліна формує такі міждисциплінарні зв'язки: дисципліни, що передують: дисципліни за попередні роки навчання; дисципліни, що забезпечуються: дисципліни за наступні роки навчання.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей та результатів навчання:

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК1. Здатність розв'язувати складні управлінські задачі та проблеми в сфері сільськогосподарського виробництва.

СК8. Здатність використовувати методи управління й планування матеріальних та пов'язаних з ними інформаційних і фінансових потоків для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач має набути таких програмних результатів навчання:

РН5. Приймати обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення прибутковості підприємства;

РН7. Планувати наукові та прикладні дослідження, обґрунтовувати вибір методології і конкретних методів дослідження;

РН13. Здійснювати ефективне управління та оптимізацію матеріальних потоків.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Опис підготовки фахівців	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 3	Галузь знань 20 Аграрні науки та продовольство	обов'язкова	
	Спеціальність 208 Агроінженерія		
	Освітня програма Агроінженерія		
Змістових модулів – не передбачено	Рівень вищої освіти: другий Ступінь освіти: магістр	Рік підготовки:	
		2	2
		Семестр	
		3	3
		Лекції	
		14 год.	4 год.
		Практичні	
		14 год.	4 год.
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
		62 год.	82 год.
		Вид контролю: залік	
Загальна кількість годин: денна - 90 год. заочна - 90 год.			
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4			
Тижневих годин для заочної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 2			

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Особливості маркетингу в інженерній діяльності

Еволюція концепції маркетингу, основні тенденції її розвитку. Ключові поняття маркетингу. Види, типи, форми і рівні маркетингу, ознаки класифікації. Основні елементи та сутність поняття «комплекс маркетингу». Маркетингове середовище в аграрному секторі. Організація та управління маркетингом.

Тема 2. Маркетингові дослідження на ринках інженерних послуг та технічної продукції

Поняття маркетингового дослідження та його основні напрями. Комплексні маркетингові дослідження ринків інженерних послуг та технічної продукції. Етапи процесу маркетингового дослідження. Методи, що використовуються для збирання маркетингової інформації. Напрями та основні методи прогнозування розвитку ринку. Мета і процедура сегментування ринків інженерних послуг та технічної продукції.

Тема 3. Маркетингова товарна політика в інженерній діяльності

Сутність і цілі товарної політики. Оцінка якості та конкурентоспроможності товару. Сутність концепції життєвого циклу товару та маркетингових стратегій на різних його етапах. Товарні стратегії, що застосовують в інженерній діяльності, та їх вплив на формування оптимальної структури асортименту та товарної номенклатури.

Тема 4. Маркетингова цінова політика в інженерній діяльності

Цілі і типові ситуації ціноутворення. Чинники, що впливають на встановлення цін у конкретних ринкових умовах. Сутність методів ціноутворення, які орієнтовані на витрати, попит, конкуренцію. Цінові стратегії на ринках інженерних послуг та технічної продукції.

Тема 5. Маркетингова політика розподілу в інженерній діяльності

Цілі, сутність та основні елементи політики продажу. Функції та характеристики каналів розподілу. Причини, що обумовлюють доцільність прямого або опосередкованого збуту. Канали розподілу інженерних послуг та технічної продукції.

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій в інженерній діяльності

Цілі та засоби комунікаційної політики. Сутність процесу маркетингової комунікації: модель та основні елементи. Комплекс просування товару та етапи його розробки. Стратегії просування інженерних послуг та технічної продукції.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усь го	у тому числі				усь ого	у тому числі			
		л	п	лаб	с.р.		л	п	лаб	с.р.
Особливості маркетингу в інженерній діяльності	15	4	2		9	15	2			13
Маркетингові дослідження на ринках інженерних послуг та технічної продукції	15	2	4		9	15	2			13
Маркетингова товарна політика в інженерній діяльності	15	2	2		11	15				15
Маркетингова цінова політика в інженерній діяльності	15	2	2		11	15		2		13
Маркетингова політика розподілу в інженерній діяльності	15	2	2		11	15				15
Маркетингова політика комунікацій в інженерній діяльності	15	2	2		11	15		2		13
Усього	90	14	14	0	62	90	4	4	0	82

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Особливості маркетингу в інженерній діяльності	2
2	Маркетингові дослідження на ринках інженерних послуг та технічної продукції	4
3	Маркетингова товарна політика в інженерній діяльності	2
4	Маркетингова цінова політика в інженерній діяльності	2
5	Маркетингова політика розподілу в інженерній діяльності	2

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
6	Маркетингова політика комунікацій в інженерній діяльності	2
	Разом:	14

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Особливості маркетингу в інженерній діяльності	9
2	Маркетингові дослідження на ринках інженерних послуг та технічної продукції	9
3	Маркетингова товарна політика в інженерній діяльності	11
4	Маркетингова цінова політика в інженерній діяльності	11
5	Маркетингова політика розподілу в інженерній діяльності	11
6	Маркетингова політика комунікацій в інженерній діяльності	11
	Разом:	62

Основні види самостійної роботи, передбачені при опануванні навчальної дисципліни:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Опрацювання та вивчення рекомендованої літератури.
3. Робота з інформаційними ресурсами мереж Інтернет (пошук та обробка інформації).
4. Виконання завдань самостійної роботи.
5. Самоконтроль та самодіагностика засвоєння змісту освіти.
6. Індивідуальні консультації.

4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, які використовуються викладачем під час викладання дисципліни:

- на лекційних заняттях використовується пояснювально-ілюстративний метод та «відкритий мікрофон»;
- практичні заняття та самостійна робота будуються за допомогою, методу досліджень, методу спостережень, дискусії, методу інтелект-карт

5. ФОРМИ КОНТРОЛЮ, МЕТОДИ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма контролю:

залік.

Методи оцінювання:

- опитування;
- есе;

- презентація результатів виконаних завдань;
- розв'язання кейсів;
- тестування
- написання тез.

Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни виставляється відповідно до методики накопичення балів за результатами поточного та підсумкового контролю (див. табл. 5.1-5.3).

Таблиця 5.1 Схема нарахування балів, які отримують здобувачі вищої освіти.

Поточний контроль						Всього за поточний контроль	Підсумковий контроль	Загальна сума балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6			
10	10	10	10	10	10	60	40	100

T1, T2 ... T6 – теми навчальної дисципліни.

Результати навчальних досягнень за навчальною дисципліною здобувачів вищої освіти здійснюється за критеріями, що запроваджені в університеті за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою, що доводяться до відома здобувачів вищої освіти на першому занятті. Загальна оцінка визначається, як сума балів за всі виконані завдання.

Взаємозв'язок між результатами навчання та обов'язковими видами навчальної діяльності, наводиться у таблиці 5.2.

Таблиця 5.2 Взаємозв'язок між результатами навчання та обов'язковими видами навчальної діяльності (робіт).

Результати навчання	Види робіт				
	Опитування	Есе	Презентація	Кейси	Тестування
РН5. Приймати обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення прибутковості підприємства		+	+	+	+
РН7. Планувати наукові та прикладні дослідження, обґрунтовувати вибір методології і конкретних методів дослідження		+	+	+	

Результати навчання	Види робіт				
	Опитування	Есе	Презентація	Кейси	Тестування
РН13.Здійснювати ефективне управління та оптимізацію матеріальних потоків	+	+	+	+	+

Критерії оцінювання

Таблиця 5.3 – Критерії оцінювання поточного та підсумкового контролів

Вид контролю	Кількість балів
Поточний контроль:	
- опитування	5 балів за 1 тему (усне)
- тези	10 балів за 1 тези
- есе до кожної теми	2 бали за 1 есе
- тестування до кожної теми	згідно набраних балів за правильні відповіді
- розв'язання практичних завдань, задач до кожної теми	5 балів за практичне завдання або задачу
<i>Разом за поточний контроль</i>	Мінімум 36 балів
Підсумковий контроль:	
тестування	Згідно набраних балів за правильні відповіді
<i>Разом за підсумковий контроль</i>	Мінімум 24 бали

Максимальна кількість балів за поточні контролі дорівнює 60. Умовою допуску здобувача освіти до підсумкового семестрового контролю з навчальної дисципліни є накопичення 36 балів при оцінюванні поточного контролю протягом семестру.

Під час сесії здається тест підсумкового контролю за 100 бальною шкалою, яка приводиться до 40 бальної. Отримані бали додаються до результату поточного контролю.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		Екзаменаційна оцінка
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	

35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

6. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ, ПРОГРАМНЕ, НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ (ЗА ПОТРЕБОЮ)

Навчальна дисципліна передбачає використання програмного забезпечення: on-line: Microsoft Office 365, Moodle (GNU загальна суспільна ліцензія).

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Маркетинг . термінологічний словник / А.О. Старостіна [та ін.]; за ред. А.О. Старостіної. - К. : «НВП «Інтерсервіс», 2017.154 с.
2. Маркетинг. Навчальний посібник / А.О. Старостіна [та ін.]; за заг.ред. проф. Старостіної А.О. - К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
3. Маркетингові дослідження / Н. С. Косар [та ін.]. - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с
4. Світвуд, Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / Адель Світвуд ; пер. з англ. Олександра Асташова. – Київ : Наш формат, 2019. – 150 с.
5. Гелліген Браян, Шах Дхармеш. Вхідний маркетинг / Браян Гелліген, Дхармеш Шах ; пер. з англ. Вікторія Луненко. – Київ : Фабула, 2020. – 240 с.

Допоміжна література

1. Бер Джей. Привітайте своїх хейтерів : як позитивно ставитися до скарг і утримувати своїх клієнтів / Джей Бер. – Харків: Ранок : Фабула, 2019. – 238 с.
2. Девід Мірмен Скотт, Рейко Скотт. Фанократія. Перетворення фанів на клієнтів і клієнтів на фанів / Девід Мірмен Скотт, Рейко Скотт; пер. з англ. Дмитро Антонюк. – Київ : Yakaboo Publishing, 2020. – 272 с.
3. Лівін, Марк. Сторітелінг для очей, вух і серця / Марк Лівін. – Київ : Наш формат, 2020. – 180 с.
4. Мартін Томас. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. – К.: Фабула, 2020. –304 с.
5. Філановський Олексій. Карго-маркетинг і Україна. / Олексій Філановський. – Харків : Фабула, 2021. – 144 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>
2. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. [Електронний ресурс].- Режим доступу: www.me.gov.ua

3. Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності – Prometheus. – https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about
4. Комунікаційні інструменти для побудови репутації – курс Києво-Могилянська академія. – Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about
5. Створення маркетингової стратегії, платформа «Будуй своє» – Режим доступу: <https://buduysvoe.com/navchannya-online/stvorennya-marketyngovoyi-strategiyi>
6. Підприємництво: Хто ваш клієнт? – Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+ENTREPRENEURSHIP101+2021_T2/about