



Силабус курсу
«МАРКЕТИНГ В ІНЖЕНЕРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ»

Ступінь вищої освіти магістр

Освітня програма Агроінженерія

Назва кафедри економіки підприємства, маркетингу та економічної теорії

Рік навчання: 2 **Семестр:** 2

Кількість кредитів: 3 **Мова викладання:** державна (українська)

Керівник курсу

ППП

Бережна Юлія Геннадіївна, доцент кафедри, кан. екон. наук,
доцент

**Контактна
інформація**

yu.berezhna@lgnau.edu.ua (e-mail, Teams)

Анотація курсу

Дисципліна «Маркетинг в інженерній діяльності» забезпечує формування у здобувачів системи теоретичних і практичних знань щодо маркетингу в інженерній діяльності, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад використання.

Структура курсу

Години (лекц. / практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/1	Сутність, завдання та концепції маркетинг	Розуміти значення категорій маркетинг промислового підприємства, промисловий ринок, промислові споживачі. Ознайомитися із передумовами розвитку маркетингу в інженерній діяльності.	обговорення теми
2/1	Стратегії промислового маркетингу	Ознайомитись із стратегіями промислового маркетингу.	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Ринок товарів і особливості маркетингової діяльності.	Усвідомлювати важливість ринкової сегментації та позиціонування товарів на ринку. Ознайомитися із процесом сегментації ринку	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Планування маркетингової діяльності на підприємстві	Знати та розуміти термін «план». Фактори, які визначають його, необхідність в сучасних організаціях по виробництву послуг: вища	обговорення теми, практичне завдання

		лояльність покупців, вища частка ринку, вищі дивіденди для інвесторів, лояльні службовці, нижчі витрати, менша уразливість для цінової конкуренції	
2/1	Маркетингові дослідження підприємств.	Володіти навиками проведення маркетингових досліджень. Знати напрями, за якими проводяться дослідження промислового ринку.	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Конкуренція на промислових ринках	Знати та розуміти сутність, конкуренція на підприємства.	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Кон'юнктура ринку промислової продукції	Сутність та складові кон'юнктури ринку промислової продукції	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Сегментування ринку	Усвідомлювати важливість ринкової сегментації та позиціонування товарів на промисловому ринку. Ознайомитися із процесом сегментації промислового ринку, ознаками сегментування промислового ринку.	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Товарна політика та управління асортиментом продукції	Знати та розуміти особливості товарної політики.	обговорення теми, практичне завдання
2/1	Цінова політика	Ознайомитися із ціновою політикою підприємства.	обговорення теми, практичне завдання

Літературні джерела

1. Маркетинг. Навчальний посібник / А.О. Старостіна та ін. // За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
2. Маркетинг : термінологічний словник / А.О. Старостіна та ін. // За ред. А.О. Старостіної. К. : «НВП «Інтерсервіс», 2017.154 с.
3. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : УМСФ, 2016. 362 с.
4. Ромат Є.В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Зв'язки з громадськістю: навч.посіб. Київ: КНТУ, 2016. 284с
5. Кочкіна Н.Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. К. : Інтерсервіс, 2019. 368с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі завдання навчальні і контрольні завдання виконуються самостійно; посилається на джерела інформації в разі використання ідей, тверджень, відомостей; надавати достовірну інформацію про результати власної навчальної (наукової) діяльності, джерела інформації. Тези перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

• **Оцінювання**

Остаточна оцінка за курс розраховується таким чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Опитування під час занять – відповідь/тестування/наявність розрахункових завдань	50
Короткі доповіді/відповіді/презентації, що зараховуються як академічна активність	10
Екзамен (теми 1-10) - тести відкритого, закритого типу, а також у вигляді коротких розрахункових завдань	40

Шкала оцінювання студентів:

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