



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС
освітнього компонента – ОК40

ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	075	Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг	
Обсяг дисципліни	4,0 кредити ECTS (120 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	Контрольна робота	
Форми семестрового контролю	Залік	

Викладач:

Окландер Ігор Михайлович

старший викладач кафедри менеджменту і маркетингу, кандидат економічних наук
e-mail igor.oklander@gmail.com

Мета курсу полягає у формуванні системи теоретичних і практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад його використання на промислових і запити агентів промислового ринку.

Передумови для вивчення освітнього компонента. Курс «Промисловий маркетинг» є обов'язковою дисципліною з підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг», яка тісно пов'язана з такими дисциплінами як: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Економіка підприємства».

Програмні результати навчання:

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH18. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Диференційовані результати навчання:

Знати:

- теорію промислового маркетингу,
- методологію маркетингових досліджень,;
- зміст комерційних зв'язків і договірних відносин промислових підприємств, розуміння системи організації промислових ринків, специфіки матеріально-технічної бази промисловості.

Володіти:

- знаннями предмету щодо розробки та реалізації стратегій маркетингової діяльності промислового підприємства;
- сучасними методами та прийомами управління маркетинговою і комунікаційною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу промислової продукції;
- вміннями і навичками творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності промислових підприємств;
- навичками застосування сучасних методів оцінювання показників фінансово-економічного та організаційного рівня роботи промислових підприємств

Розуміти:

- зміст та основні напрямки кон'юнктурних досліджень ринків факторів виробництва;

Вміти:

- розробляти, планувати та реалізовувати маркетингові стратегії;
- здійснювати ефективні функції управління маркетинговими дослідженнями для промислових підприємств.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
1	Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу	2	4		10
2	Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності	4	4		9
3	Стратегії промислового маркетингу	4	4		9
4	Планування маркетингової діяльності на промисловому підприємстві	4	4		9
5	Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві	4	6		9
6	Конкуренція на промислових ринках	4	4		9
7	Кон'юнктура ринку промислової продукції	2	4		9
	Всього	24	32		64

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання з дисципліни «Промисловий маркетинг» складає 60 і 100 балів і може бути досягнутий наступними засобами оцінювання:

I семестр

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
Контроль знань:			
<i>Поточний:</i>		32	60
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях	кожне заняття	22	60
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях	1		
- тестування	2		
- реферат	1		
- підготовка РГР	1	10	20
<i>Підсумковий</i> - залік	1	18	20
Всього		60	100

Індивідуальні завдання та вимоги до виконання:

З дисципліни передбачено виконання контрольна робота.

Метою виконання контрольна робота є оволодіння студентами практичними навичками в проведенні та складанні звіту з комплексного аналізу промислового ринку, нагромадженні вихідних даних для написання бізнес-планів. Самостійне виконання курсового проекту сприятиме набуванню вмінь і навичок студентів із засвоєння основ маркетингової діяльності на промисловому підприємстві, розуміння основ функціонування промислових ринків, забезпечить підвищення кваліфікаційного та професійного рівня фахівців.

Завдання для виконання контрольної роботи передбачає проведення та складання звіту з комплексного аналізу промислового ринку.

Опис контрольних заходів:

Контрольні заходи передбачають *поточний* контроль знань, який здійснюється два рази у семестрі.

1. Приклад типових тестових завдань, які входять до поточного контролю:

1. Елементи маркетингового мікросередовища:

- 1) економіка, демографія, науково-технічний прогрес, культура, політичне та природне середовище;
- 2) безпосередньо фірма, постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, громадськість;
- 3) товар, ціна, збут, просування;
- 4) якість, ціна, сервіс.

Підсумковий контроль знань – залік.

Інформаційне забезпеченняОсновна література

1. Промисловий маркетинг: підручник / [за ред. д-ра екон. наук, професора О. О. Шубіна]; [в 2-ох томах]. – К.: ВД "Студцентр". – 2011. – Т. 1. – 528 с.
2. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: підруч.[для студ. вищ. навч. закл.] / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко – К.: Центр учбової літератури, 2009 – 364 с.

Допоміжні джерела інформації

3. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг : Підручник – К. :КНЕУ, 2003-246 с.
4. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua>
5. Національна парламентська бібліотека України <http://www.nplu.kiev.ua>
6. Одеська національна наукова бібліотека ім. М. Горького <http://www.odnd.odessa.ua>
7. Бібліотека економіста <http://library/if.ua>