

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

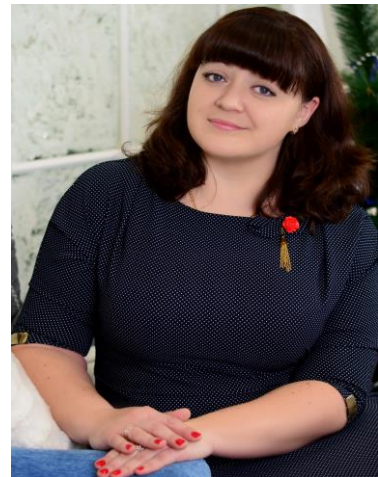
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ ТОРГІВЛІ

(вибіркова фахова дисципліна)

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь магістр

Розробник:
Даниленко Вікторія –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Полтава
2023-2024 н.р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг торгівлі <i>вибіркова фахова дисципліна</i>
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Даниленко Вікторія , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: viktorii.danylenko@pdaa.edu.ua тел. 0669089325 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna
Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський) рівень</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з «Брендинг», «Інтернет-маркетинг».</i>

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування професійних компетентностей щодо теоретичних та практичних основ сутності і змісту процесу організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності в торговельному процесі; підвищення ефективності взаємодії всіх суб'єктів в дистриб'юторській ланцюжку, від виробника до споживача продукції; використання ринку збуту як засобу для реалізації комплексу заходів, спрямованих на ефективність продажів того чи іншого товару.

Основні завдання навчальної дисципліни: набуття цілісної системи знань про: категорії і системи маркетингу торгівлі; формування підходів до процесу організації торговельного маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань торговельного процесу; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення торговельного маркетингу.

Компетентності:

Загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення .

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Фахові:

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

Програмні результати навчання:

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція

Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу

Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві

Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві

Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства

Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу

Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу

Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу

Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу

Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція	12	2	2	8
Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу	12	-	2	10
Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві	12	2	2	8
Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві	12	2	2	8
Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства	12	2	2	8
Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу	12	2	4	6
Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу	12	2	2	8
Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу	12	-	2	10
Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу	12	2	4	6
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі	12	2	2	8
Усього годин	120	16	24	80

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перескладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Форми контролю результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю, максимальна кількість балів				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи		
			Презентація	Розробка кросворду	
ПРН 7.	32	18	30	20	100
Всього	32	18	30	20	100

**Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні
поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти
075МАР мд 2022**

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
- виконання практичного завдання	від 0 до 3: 2,0-3,0 балів: відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує вміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою; 1,1-2,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує вміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-1,0 бали – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
- розв'язування тестів	від 0 до 2: по 0,2 за кожен вірний тест. тести на практичному занятті розраховані на індивідуальне виконання.
- підготовка презентації	від 0 до 10: протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 презентацію (всього за курс – 2 презентації). 9-10 балів – зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. 7-8 балів – наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. 0-6 бали – наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
- розробка кросворду	від 0 до 10: (по 1 балу за кожен правильну відповідь); «Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 кросворд на 10 слів (всього за курс – 2 кросворди) відповідно до завдань самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
075МАР мд 2022**

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів				Разом	
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи			
			Презентація	Розробка кросворду		
Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція	4	2			6	
Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу	4	2			10	16
Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві	4	2			6	
Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві	4	2			6	
Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства	4	2	10		16	

Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу	4	2	10	10	6
Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу	4	2			16
Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу	4	2			16
Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу	4	2			6
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі	4	2			6
Разом	40	20	20	20	100

Трудовіткість:

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.

Політика навчальної дисципліни:

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці **АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ**: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
3. Косар Н.С. Маркетингові дослідження / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
6. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.

Допоміжні

1. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.
2. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / В. Б. Захожай, Л. В. Романова, Н. А. Головач та ін.; під кер. та наук. ред. В. Б. Захожая. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015.

Інформаційні ресурси

1. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <https://ukc.gov.ua/derzhavne-agentstvo-z-pytan-elektronного-uryaduvannya-rozrochynaye-kampaniyu-trymaj-poradu-vid-susida/>
2. Законодавство України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/>
3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL : <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
4. Регіони України: статистичний щорічник. URL : www.ukrstat.gov.ua.
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
6. Державна служба статистики України: Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Міністерство аграрної політики та продовольства України: Офіційний сайт. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.
8. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>