

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

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


КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(вибіркова фахова навчальна дисципліна)**

МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Розробник:
Олена Майборода –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н

Полтава
2023-2024 н.р.

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг підприємств малого бізнесу
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	вибіркова фахова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Майборода Олена , к.е.н. Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус 4)  olena.mayboroda@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність Освітня програма	075 Маркетинг ОПП Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни «Маркетинг підприємств малого бізнесу» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Маркетинг», «Менеджмент» «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження».

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо планування, організації та контролю маркетингової діяльності підприємства малого бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства малого бізнесу.

Основні завдання навчальної дисципліни: надання знань з питань: теоретичних та методологічних основ маркетингу малих підприємств; системного підходу до маркетингу підприємства; вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу; організації та здійснення маркетингових досліджень; сегментування ринку та вибору цільових сегментів; розробки комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політики; стратегічного планування та контролю маркетингу.

Компетентності:

загальні:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

спеціальні (фахові) компетентності:

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

Програмні результати навчання:

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Програма та структура навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин			
	075МАР бд 2020			
	усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	
Тема 1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу.	16	2	4	10
Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу.	16	2	4	10
Тема 3. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.	16	2	4	10
Тема 4. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу.	28	4	4	20
Тема 5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу.	28	4	4	20
Тема 6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу.	28	4	4	20
Тема 7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу.	18	4	4	10
Усього годин	150	22	28	100

Оцінювання результатів навчання **Форми контролю результатів навчання**

075МАР бд 2020

Програмні результати навчання	Форма оцінювання				
	Виконання практич. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань зі сам. роб.	Реферат/презентація	Разом
ПРН5	28	14	28	30	100
Разом	28	14	28	30	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

075МАР бд 2020

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання					Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
Тема 3. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
Тема 4. Маркетингова товарна політика	4	2	4			10

підприємств малого бізнесу.						
Тема 5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
Тема 6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
Тема 7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу.	4	2	4			10
За будь якою темою (реферат)				15		15
За будь якою темою (презентація)					15	15
Всього	28	14	28	15	15	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних вправ

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав практичне завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосованого понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки.
2-3	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання практичного завдання (задачі) та змісту застосованого понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні.
0-1	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі.

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
11-15	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
6-10	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-5	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
11-15	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 орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
6-10	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-5	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	вірно розкриті питання самостійної роботи; студент демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки
2-3	студент демонструє знання і розуміння основних положень питання самостійної роботи, але викладає матеріал не досить повно, не завжди глибоко і переконливо обґрунтовує свої думки; присутні помилки у мовленнєвому оформленні відповіді
0-1	студент демонструє поверхневі, неточні знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні

Шкала та критерії оцінювання тестових завдань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
1-2	студент демонструє обізнаність в темі, дає правильні відповіді більше ніж на половину питань тесту (по 0,2 бали за кожен)
0-1	студент демонструє поверхневі знання теми, дає правильні відповіді менш ніж на половину питань тесту (по 0,2 бали за кожен)

Трудовістю:

Загальна кількість годин - 150 год.

Кількість кредитів – 5.

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.

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);

посилання 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.

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 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Балабанова, Л. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова ; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Інститут економіки і управління, Кафедра маркетингового менеджменту. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 611 с.

2. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Картаджая, Іван Сетьяван ; переклад з англійського Клавдії Куницької, Олени Замаєвої. Київ : Видавнича група КМ-БУКС, 2018. 208 с

3. Організація виробничої та маркетингової діяльності малого і середнього бізнесу: монографія / за наук. ред. д.е.н., професора, академіка АЕНУ К. С. Жадька. Дніпро: УМСФ, 2019. 224 с.

4. Чечетова-Терашвілі Т. М. Теоретичні аспекти розробки стратегії розвитку малого та середнього підприємництва в Україні: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». НАН України. Харків, 2018. 477 с.

5. Швець Н.В., Ізюмська А.В. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. Вісник Східноукраїнського університету імені Володимира Даля. 2020. №2. С. 108-117. URL: <http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/297/275>.

Допоміжні

1. Каюн С. В. Особливості державного регулювання у сфері розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Аспекти публічного правління. 2018. Том 6. № 11–12. С. 56-63. URL: file:///D:/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%

BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/ Downloads/ 470-Article%20Text-638-1-10-20190220.pdf

3. Михальчук Л. В. Функціонування підприємств малого бізнесу в Україні: проблеми та шляхи їх подолання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 18. С. 261–265. URL: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/50.pdf>

4. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 травня 2017 р. № 504-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%D1%80>.

5. Регіональна структура роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі у 2017 році. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Якушева О.В. Економічний розвиток і підтримка малого та середнього бізнесу на регіональному рівні: дис.... канд-та екон. наук зі спец.08.00.05. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України, Сєвєродонецьк, 2017. 288 с. URL: <https://snu.edu.ua/wpcontent/uploads/2017/11/YAkusheva-O.V.-dysertatsiya.pdf>.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <http://me.gov.ua>

4. Офіційний сайт Українського фонду підтримки підприємництва. URL: <http://ufpp.gov.ua>.

5. Офіційний сайт журналу «Власний бізнес» URL: www.vlasbiz.net.