



<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	051 Економіка ОПП Економіка підприємства
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	2-й курс, 1-й семестр
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ / факультет, кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус № 4) e-mail: volodymyr.pysarenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych">https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych</a>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	вивчення та оволодіння студентами методами аналізу ринку і внутрішнього середовища підприємства та розвиток наукового мислення щодо розробки маркетингової стратегії на основі проведеного аналізу.
<b>Компетентності</b>	<i>Загальні:</i> - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ; - здатність розробляти та управляти проектами ; <i>Фахові:</i> - здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень; - здатність до розробки сценаріїв і стратегій розвитку соціально-економічних систем.
<b>Результати навчання</b>	РН. Розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень. Розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем.
<b>Методи навчання</b>	<b><i>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</i></b> <b><i>- за джерелом знань</i></b> словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда;

	<p>наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i>  практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою:</i>  <i>конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату,</i>  <b>- за ступенем керівництва</b>  методи самостійної роботи вдома: <i>завдання самостійної роботи</i>  робота під керівництвом викладача: <i>виконання практичних завдань</i>  <b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу; ситуації новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації</i>  <b>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  методи усного контролю: <i>обговорення теоретичних питань, доповіді;</i>  методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань</i>  тестовий контроль: <i>розв'язування тестів;</i>  <b>4. Інноваційні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій;</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання</i></p>
<p><b>Програма навчальної дисципліни</b></p>	<p>Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.  Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.  Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.  Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.  Тема 5. Маркетингові стратегії росту.  Тема 6. Управління бізнес-портфелем підприємства.  Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.</p>
<p><b>Стратегія оцінювання результатів навчання</b></p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, есе, презентації).  Форма семестрового контролю – залік.</p>
<p><b>Політика навчальної дисципліни</b></p>	<p><b>1. Академічна доброчесність</b>  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</p>

	<p>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, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b></p> <p>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.</p> <p><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b></p> <p>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.</p> <p><b>4. Дедлайни та перескладання</b></p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Передумови відсутні</p>
<p><b>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p><b>Рекомендовані джерела інформації</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <p>1. Багорка М.О., Писаренко В.В. Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу: колективна монографія. За ред. Л.М. Савчук,</p>

М.О. Багорка. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 178-189.

URL:<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8441>

2. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>

3. Писаренко В.В., Шталь Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2017. 230 с. URL: <http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274>

4. Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 18. Index Copernicus URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/72.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf)

5. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник // За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

#### Допоміжні

6. Рабей Н. Р. Актуальність дослідження тенденцій розвитку інструментів інтернету в маркетинговій діяльності підприємства. Wiadomości o postępie naukowym i rzeczywistych badaniach naukowych współczesności: збірник наукових праць з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Краків, 17 червня 2019 р. Краків, 2019. Т. С. 26-28. URL: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736>.

7. Кордзая Н.Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2: навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.

#### Інформаційні ресурси мережі Інтернет

8. Головне управління статистики у Полтавській області. URL:<http://www.pl.ukrstat.gov.ua>

9. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Рік введення

2023