


СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ТОРГІВЛІ»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр.
Трудовістю	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p>Викладач: Даниленко Вікторія, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) viktoriiia.danylenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna</p>
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 дистрибуторській ланцюжку, від виробника до споживача продукції; використання ринку збуту як засобу для реалізації комплексу заходів, спрямованих на ефективність продажів того чи іншого товару.
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.
Результати навчання	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
Методи навчання	1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i>

	<p>практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</p> <p>методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</p> <p>інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i></p> <p>комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</p> <p>методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i></p> <p>методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція</p> <p>Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу</p> <p>Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві</p> <p>Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві</p> <p>Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства</p> <p>Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу</p> <p>Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу</p> <p>Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу</p> <p>Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу</p> <p>Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</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 практичних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації.</p> <p>Форма семестрового контролю – залік.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність</p> <p>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)</p>

	<p>діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>2. Академічна мобільність</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 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>3. Неформальна/інформальна освіта</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>4. Дедлайни та перескладання</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>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Інтернет-маркетинг», «Маркетинговий аналіз», «Логістичний менеджмент», «Управління маркетингом в аграрних підприємствах».</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
8. Yasnolob, I. Tetyana Chayka, Tetiana Diadyk, Alla Rudych, Oleksandr Bezкровnyi, Viktoriia Danylenko, Lyudmyla Shulga, Alla Svitlychna (2019) Human Factor in the Creation and Development of Energy Independent and Energy Efficient Rural Settlements. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume X, Fall), 5(37): 1029 – 1036. DOI:10.14505/jemt.v10.5(37).10. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/4005>.
9. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. THE AGRI-FOOD MARKET CONJUNCTURE UNDER THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONAL: ECONOMIC, MARKETING, ENVIRONMENTAL COMPONENTS. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. *Collective monograph*. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108 <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439>
10. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, THE ECONATURAL, ECONOMIC AND MARKETING POTENTIAL OF THE ORGANIC PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE WORLD. *Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina*. Nemoros s.r.o., 2021. P.
11. Yasnolob, I. et al. (2021). Conceptual Bases of Business Activities' Management Grounded on Sustainable Development and Energy Self-Sufficiency of United Territorial Communities in the Context of the European Green Deal Implementation in Ukraine. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume XII, Winter), 7(55): 1839-1850. DOI:10.14505/jemt.v12.7(55). <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6577>.

Допоміжні

1. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Калюжна Ю.П. Збутова та цінова діяльність в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. Галицький економічний вісник. Науковий журнал Тернопільського національного технічного університету ім. І.Пулюя. 2019. №2(57). С. 63-72 (0,18). URL: <http://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/57/599.pdf>
2. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Калюжна Ю.П. Маркетингові дослідження у формуванні цінової та логістичної політики підприємства. Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки» (Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series “Economic Sciences”) №2. 2020 р. С.83-91. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8129>
3. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Дикопауленко В.М. Ціни та чинники маркетингової цінової політики в агробізнесі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (31) 2021. С. 58-64. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/31_2021/11.pdf.
4. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Вплив маркетингового ціноутворення на поведінку споживачів. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 184. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 74-79. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1235/1190>
5. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Управління

поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 186. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 35-39. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1287/1239>

6. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI 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.

Інформаційні ресурси

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <https://ukc.gov.ua/derzhavne-agentstvo-z-pytan-elektronnogo-uryaduvannya-rozpochynaye-kampaniyu-trymaj-poradu-vid-susida/>
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. Міністерство аграрної політики та продовольства України: Офіційний сайт. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>
5. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>
6. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
8. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;
9. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>;
10. Офіційний сайт Міжнародної торгової палати. URL: <http://www.iccwbo.org/>

Рік введення

2023