


СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) 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	4 курс, 7 семестр.
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4.
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p>Викладач: Майборода Олена, к.е.н., доцент кафедри Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) olena.mayboroda@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna</p>
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.
Компетентності	<p>загальні: ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>спеціальні (фахові): ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p>
Результати навчання	ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління,

	розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Методи навчання	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> 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 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: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій.</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
Програма навчальної дисципліни	<p>Тема 1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 3. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 4. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу.</p> <p>Тема 7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу.</p>
Стратегія оцінювання результатів навчання	<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>
Політика навчальної дисципліни	<p>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);</p>

	<p>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, використанні 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: «Інфраструктура товарного ринку», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», курсова робота «Маркетинг», навчальна практика «Маркетинг», «Біржова справа», «Маркетингові дослідження», «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова товарна політика».</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p>Основні</p> <p>1. Балабанова, Л. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Інститут економіки і управління. Кафедра</p>

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>.

6. Volodymyr Pysarenko, Olena Mayboroda Marketing logistic business model of vegetable market due to zonal specialization. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology. Monograph · 25. 2019. P. 110-120 URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/6891>

Допоміжні

1. Каюн С. В. Особливості державного регулювання у сфері розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Аспекти публічного управління. 2018. Том 6. № 11–12. С. 56–63.

2. Концепція Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки. 188 розпорядження Кабінет Міністрів України від 28 серпня 2013 р. № 641-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/641-2013-%D1%80>

3. Майборода О.В. Використання соціального медіа маркетингу в діяльності підприємств малого бізнесу. Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2020 році (м. Полтава, 14 травня 2021 року). Полтава : РВВ ПДАА, 2021. с. 14-17 URL : <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/11855>

4. 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>

5. 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>

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

7. 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, Северодонецьк, 2017. 288 с. URL:

<https://snu.edu.ua/wpcontent/uploads/2017/11/YAkusheva-O.V.-dysertatsiya.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.
2. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні». URL: <http://sites.google.com/site/lekcii/rozdil-1-vstup-do-marketingu/normativno-pravova> .
3. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://www.twirpx.com/file/82805/>.
4. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://imanbooks.com/>.
5. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>
7. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України URL: <https://mtu.gov.ua/>
8. Офіційний сайт торгово-промислової палати України URL: <https://uccr.org.ua/>
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Рік введення

2023