

СИЛАБУС навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГ ТОРГІВЛІ»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	D5 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4, Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 24 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Даниленко Вікторія Іванівна , доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент <i>Контакти:</i> ауд. 462 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> viktoriia.danylenko@pdau.edu.ua <i>Сторінка викладачки:</i> https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna
МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ	
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення навчальної дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін: «Маркетинговий аналіз», «Брендинг», «Стратегічний маркетинг».
Компетентності	загальні: ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. спеціальні (фахові): ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
Програмні результати навчання	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: лідерство; вміння працювати в критичних умовах (стресостійкість, збагачення емоційного інтелекту); здатність логічно й системно мислити; креативність; ефективний обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними інтересами (нетворкінг); діяти соціально відповідально та свідомо; діяти на основі етичних міркувань (мотивів); медіаграмотність тощо.	
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.

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

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, «Мозковий штурм».*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.*

4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*

методи письмового контролю: *самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.*

методи самоконтролю: *самостійний пошук помилок; самооцінювання; самоаналіз.*

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання

Наведені у Додатку до силабусу

ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання

Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.

Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/ghurvx> та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/dcddab>.

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.

- щодо академічної доброчесності

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, використанні методики досліджень і джерела інформації. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: http://surl.li/irohph. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності http://surl.li/sbyeab та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.
- щодо відвідування занять	Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.
- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти	На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/britcc.
- щодо оскарження результатів оцінювання	Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки. Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до декана факультету. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів

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. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
4. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
5. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
6. Yasnolob, I. Tetyana Chayka, Tetiana Diadyk, Alla Rudych, Oleksandr Bezkravnyi, 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>.
7. 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>
8. 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.
9. 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., Дикопащенко 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>

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/	
Реквізити затвердження	Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 03 вересня 2024 року № 1

Додаток до силабусу
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язуван ня тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція	2	2	3			7
Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу	2	2	3			7
Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві	2	2	3			7
Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві	2	2	3			7
Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства	2	2	3			7
Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу	2	2	3			7
Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу	2	2	3			7
Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу	2	2	3			7
Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу	2	2	3			7
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі	2	2	3			7
За будь якою темою на вибір				5	10	15
За будь якою темою на вибір				5	10	15
Разом	20	20	30	10	20	100

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал.

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
1,5-2	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
0-1	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
5	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.
3-4	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.
0-2	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

Кількість балів	Критерії оцінювання
8-10	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.
5-7	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
1,5-2	вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-1	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.