

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності	075 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма Маркетинг
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 3, Загальна кількість годин – 90, із яких: лекцій – 14 год., семінарських занять – 16 год. Форма семестрового контролю – екзамен
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	ІНІ економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Майборода Олена Вікторівна , доцент кафедри маркетингу, к.е.н. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> olena.mayboroda@pdau.edu.ua <i>Сторінка викладачки:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Правознавство», «Інфраструктура товарного ринку», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства», «Поведінка споживачів», навчальна практика «Економічна інформатика», «Економіка і фінанси підприємства», «Маркетинг», «Менеджмент», «Економіка та організація інноваційної діяльності», курсова робота «Маркетинг», «Біржова справа», «Економіка праці і соціально-трудова відносина», «Маркетингові дослідження», «Інформаційні системи і технології в маркетингу», курсова робота «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг у соціальних мережах».
Компетентності	загальні: ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті. спеціальні (фахові): ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Програмні результати навчання	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання

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

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

Сформувати у майбутніх маркетологів розуміння та вміння вирішувати на практиці проблеми розробки збутової політики підприємства згідно з його маркетинговою стратегією на основі отримання системи спеціальних теоретичних знань.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.

Тема 3. Управління товарним рухом.

Тема 4. Розподіл на підприємствах в аграрній сфері.

Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу.

Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.

Тема 7. Державна закупівля та державне замовлення.

Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.

Тема 9. Вибір оптимального каналу розподілу.

Тема 10. Конкуренція в каналах розподілу.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда;

наочні методи: ілюстрування; демонстрування;

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

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.*

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: *письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.*

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 перекладання

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 перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в

	<p>Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xjujyv та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/fnemwn.</p> <p>Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>- щодо академічної доброчесності</p>	<p>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) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/dxckbi. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://surl.li/xwpemq та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.</p>
<p>- щодо відвідування занять</p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим.</p> <p>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.</p>
<p>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</p>	<p>Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/szdvqi. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опанувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє здобути очікувані навчальні результати дисципліни.</p>
<p>- щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>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</p>

пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора інституту. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <https://surl.li/vhoeun>.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Маркетинг. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с.
2. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. Київ : Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
4. Маркетинг для магістрів: навч. посібник. Національна академія управління. За ред М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін . К. : Національна академія управління, 2020.с.
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
6. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.
7. Шишкін В.О., Белоусова А.А. Підвищення ефективності системи управління каналами збуту виробничих підприємств. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2021. 126 с.

Допоміжні

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств: монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2018. 462 с.
2. Боровик Т.В., Майборода О.В., Решетнікова О.В. Удосконалення збутової політики підприємств на основі взаємодії маркетингу та логістики. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. № 3 (70) (2023). С.46-51. URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2634/3096>
3. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Майборода О.В. Особливості маркетингу та логістики у інфраструктурному забезпеченні зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК. Ефективна економіка. №11 (2024). URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.49>
4. Долгальова О. В. Закордонний досвід стимулювання збуту послуг та його застосування на українському ринку. Галицький економічний вісник. Т. : ТНТУ. 2021. Том 70. № 3. с. 133 –139. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/35825>
5. Volodymyr Pysarenko, Olena Maiboroda 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>
6. Dyczkowska, J. A., Reshetnikova, O., Borovyk, T., Maiboroda, O., & Tereshchenko, I. (2023). Problems of marketing logistics and infrastructure in Ukraine under martial law: ways to solve them in the context of European integration. Journal of Innovations and Sustainability, 7(4), 01. URL: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.04.01>
7. Yasnolob I., Demianenko N., Gorb O., Tyutyunnyk Y., Tyutyunnyk S., Shulha L., Dugar T., Maiboroda O., Pysarenko S., Pomaz Y. Innovative and Marketing Features of Agri-Food Supply Chain Development. Journal of Environmental Management and Tourism. 2023. Vol. 14, Iss. 7 (71). PP. 2844 - 2852. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v14.7\(71\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v14.7(71).03). URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/16413>

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/lekciie/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://ucci.org.ua/>

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

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2025 року № 1

Додаток до силabusу
**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 практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	Екзамен	
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	2	2	2				6
Тема 2. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу.	2	2	2				6
Тема 3. Управління товарним рухом.	2	2	2				6
Тема 4. Розподіл на підприємствах в аграрній сфері.	2	2	2				6
Тема 5. Оптова торгівля в каналах розподілу.	2	2	2				6
Тема 6. Роздрібна торгівля в каналах розподілу.	2	2	2				6
Тема 7. Державна закупівля та державне замовлення.	2	2	2				6
Тема 8. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	2	2	2				6
Тема 9. Вибір оптимального каналу розподілу.	2	2	2				6
Тема 10. Конкуренція в каналах розподілу.	2	2	2				6
За будь якою темою на вибір				10	10		20
Екзамен						20	20
Всього	20	20	20	10	10	20	100

*додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

**на 2 заняттях розглядається по 2 теми.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
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
1	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
7-10	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.
4-6	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.
1-3	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.
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
7-10	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 носієві) матеріалу презентації.
4-6	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
1-3	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи

Кількість балів	Критерії оцінювання
2	вірно розкриті питання самостійної роботи; студент демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки
1	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	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання тестових завдань

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

Формою семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Маркетингова збутова політика» екзамен.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Кількість балів	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
Теоретичне питання (2 питання)	0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
	0-3	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки. Здобувач не повною мірою показує вміння . аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	4-5	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач повністю показує вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
	0-5	Завдання виконано правильно, але має певні неточності, недостатньо обґрунтоване та осмислене, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності.Здобувач демонструє на середньому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	5-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності. Відповіді у розв'язку правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач демонструє на високому рівні здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію, застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Всього	20 балів	