



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Товарознавство»

1. Код: ВПЗ 4;
2. Назва: Товарознавство;
3. Тип: обов'язковий;
4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський);
5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 2;
6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 4;
7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 3;
8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Попко О.В., к.е.н., доцент, Толчанова З.О., к.е.н., доцент;
9. Результати навчання: після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним: користуватися Державним класифікатором продукції та послуг (ДК 016-97); компетентно розбиратися в основних видах товарів виробничо-технічного призначення; розшифровувати їх маркування; оцінювати споживчі властивості продукції; вибирати альтернативні варіанти її використання і організації поставки.
10. Форми організації занять: навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи;
11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: Маркетинг, Управління продажем, Економіка підприємства.
  - Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): ;
12. Зміст курсу: Теоретичні основи товарознавства. Товар – ключова категорія товарознавства. Державна система метрології, стандартизації і сертифікації. Стандартизація і сертифікація продукції і послуг. Сертифікація продовольчих товарів. Сертифікація непродовольчих товарів. Сертифікація послуг.
13. Рекомендовані навчальні видання:
  1. Оснач О.Ф. Товарознавство: Промислове обладнання, прилади, інструменти: Навч. посібник / Оснач О.Ф. – Київ: ЦУЛ, 2007. – 304 с.
  2. Дудла І.О. Захист прав споживачів: Навч. посібник. – Київ: ЦУЛ, 2007. – 448с.
  3. Оснач О.Ф. Товарознавство: Навч. посіб. / Оснач О.Ф. – Київ: ЦНЛ, 2004. – 219с.
  4. Щербань В.М. Створення товару: маркетингове, конструкторське та технологічне забезпечення: Навч. посібник. / В.М. Щербань, К.М. Таньков, І.С. Задорожний – Київ: Професіонал, 2007. – 288 с.
  5. Скрипчук П.М. Основи товарознавства. Практикум: навч. посібник. / Скрипчук П.М., Судук О.Ю., Велесик Т.А. – Рівне: НУВГП, 2012. – 215 с.
14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:  
28 год. лекцій, 20 год. лабораторних робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 108 год. Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.
15. Форми та критерії оцінювання:  
Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.  
Підсумковий контроль: залік в кінці 4 семестру.
16. Мова викладання: українська.



1. **Code:** БПЗ 4;
2. **Title:** Commodity;
3. **Type:** compulsory;
4. **Higher education level:** the first (Bachelor's degree);
5. **Year of study, when the discipline is offered:** 2;
6. **Semester when the discipline is studied:** 4;
7. **Number of established ECTS credits:** 3;
8. **Surname, initials of the lecturer, scientific degree, position:** Popko O.V., c.e.s., Associate Professor, Tolchanova Z.O, c.e.s., Associate Professor;
9. **Results of studies** after studying the discipline student must be able to: use the State Classifier of products and services; competently to understand the basic types of products of industrial and technical purpose; decipher their marking; to evaluate consumer properties of products; to choose alternative variants of its use and organization of delivery;
10. **Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures;
11. **Disciplines preceding the study of the specified discipline:** Marketing, Sales Management, Business Economics.
12. **Course contents:** Theoretical foundations of commodity science. The product as a key category of commodity science. State system of metrology, standardization and certification. Standardization and certification of products and services. Certification of food products. Certification of non-food products. Certification of services.
13. **Recommended educational editions:**
  1. Osnach O.F. Commodity Studies: Industrial Equipment, Instruments, Tools: Teaching / Osnach O.F. - Kyiv: ZUL, 2007. - 304 p.
  2. Dudla I.O. Consumer rights protection: Teaching. manual. - Kyiv: ZUL, 2007. – 448 p.
  3. Osnach O.F. Commodity: Teaching. / Osnach O.F. - Kyiv: TsNL, 2004. – 219 p.
  4. Shcherban V.M. Creation of the product: marking, design and technological support: Teaching. manual / V.M. Shcherban, KM Tankov, I.S. Zadorozhny - Kyiv: Professional, 2007. - 288 p.
  5. Skrypchuk P.M. Fundamentals of commodity science. Workshop: tutor. manual. / Skrypchuk PM, Suduk O.Yu., Velesik T.A. - Rivne: NUVGP, 2012. - 215 p.
14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**  
lectures – 28 hours, practical classes – 20 hours, independent work – 60 hours. Total –108 hours. Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, implementing case method, individual tasks of scientific research using, multimedia tools.
15. **Forms and assessment criteria:**  
The assessment is carried out on a 100-point scale.  
Final control: **test** at the end of the 4th semester.
16. **Language of teaching:** Ukrainian.

Head of Department \_\_\_\_\_

M. Malchyk, Doctor of Economic Sciences, Professor



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг промислового підприємства»

**1. Код:** ПП 1.17;

**2. Назва:** Маркетинг промислового підприємства;

**3. Тип:** обов'язковий;

**4. Рівень вищої освіти:** I (бакалаврський);

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 4;

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** 7;

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 5;

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Попко О.В., к.е.н., доцент

**9. Результати навчання:** після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним: проводити сегментацію ринку; обирати цільовий сегмент; позиціонувати товари промислового призначення; здійснювати планування маркетингу на промисловому підприємстві; застосовувати основні принципи теорії та практики управління промисловим підприємством на засадах маркетингу; налагоджувати маркетингові комунікації на ринку товарів промислового призначення.

**10. Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи, курсова робота;

**11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** Маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингове ціноутворення;

• Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): -;

**12. Зміст курсу:** Сутність, завдання, тенденції розвитку промислового підприємства. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності. Планування маркетингової діяльності на підприємстві. Конкуренція на промислових ринках. Кон'юнктура ринку промислової продукції, сегментування ринку. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів. Товарна політика та управління асортиментом продукції. Цінова політика. Управління розподілом і збутом готової продукції. Планування і регулювання збутових запасів. Комунікаційна політика промислового підприємства. Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності.

**13. Рекомендовані навчальні видання:**

1. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

2. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Кол. монографія / [М.В.Мальчик, О.В.Попко, Н.А.Гонтаренко, З.О.Толчанова, О.В.Мартинюк, С.І.Коваль, Т.Д.Мельник; За редакцією М.В.Мальчик]; Нац. ун-т водного господарства та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2015. - 197 с.

3. Popko O.V. Economic Efficiency of Business in the Condition of Unstable Economy: Collective monograph./ M.Malchuk, O.Popko, Z.Tolchanova. - Aspekt Publishing, Taunton, MA, USA. - 2015. - 332 p.

4. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Пер.з англ. А.Олійник, Р.Скільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с.

5. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг: підручник для ВНЗ / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 363 с.

**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

46 год. лекцій, 30 год. практичних занять, 82 год. самостійної роботи, 22 год. курсова робота. Разом – 180 год. Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

**15. Форми та критерії оцінювання:** Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** письмовий в кінці 7 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.

**16. Мова викладання:** українська.



## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

### «Marketing of an industrial enterprise»

**1. Code:** III 1.17; зання

**2. Title:** Marketing of an industrial enterprise;

**3. Type:** compulsory;

**4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree);

**5. Year of study, when the discipline is offered:** 4;

**6. Semester when the discipline is studied:** 7;

**7. Number of established ECTS credits:** 5;

**8. Surname, initials of the lecturer, scientific degree, position:** Popko O.V., c.e.s., Associate Professor;

**9. Results of studies:** after studying the discipline the student must be able to: market segmentation; select target segment; to position industrial goods; to carry out marketing planning at an industrial enterprise; apply the basic principles of the theory and practice of managing an industrial enterprise on the basis of marketing; to establish marketing communications on the market of industrial goods.

**10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, term paper;

**11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:** Marketing, Marketing Research, Marketing Pricing;

**12. Course contents:** The essence, tasks, trends of the industrial enterprise. Markets of industrial goods and features of marketing activity. Planning marketing activities at the enterprise. Competition in industrial markets. Conjuncture of the market of industrial products, market segmentation. Marketing in the field of purchasing industrial goods. Commodity policy and product assortment management. Pricing policy. Management of distribution and sales of finished products. Planning and regulation of sales stocks. Communication policy of the industrial enterprise. Control, analysis and effectiveness of marketing activities.

**13. Recommended educational editions:**

1. MARKETING. Tutorial //Edit. By M.V. Malchyk Rivne: Editor. NUWEE Center, 2014 - 444 p., Avt. team: Malchyk M.V, Gontarenko N.A., Popko O.V., Tolchanova Z.O., Korol B.O., Martynyuk OV, Koval S.I. (stamp of the MONU Letter No. 1 / 1-11466 from July 22, 2014.

2. Marketing and logistics processes in economics: theory and practice: // Monograph / edit. by Malchyk M.V. - Rivne: NUWEE, 2015. - 192 p., Aut. team: Malchik M.V, Gontarenko N.A., Popko O.V., Tolchanova Z.O., Martynyuk O.V., Koval S.I.

3. Popko O.V. Economic Efficiency of Business in the Condition of Unstable Economy: Collective monograph./ M.Malchyk, O.Popko, Z.Tolchanova. - Aspekt Publishing, Taunton, MA, USA. - 2015. - 332 p.

4. Michael E. Porter. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors– M., 2006. – 454 p.

5. Osnach O. F. Industrial Marketing: Textbook for Higher Educational Establishments / O. F. Osnach, V.P.Pylypchuk, L.P. Kovalenko. - Kyiv: Center for Educational Literature, 2011. - 363 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 46 hours, practical classes – 30 hours, independent work – 82 hours, individual work – 22 hours. Total –180 hours. Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, implementing case method, individual tasks of scientific research using, multimedia tools.

**15. Forms and assessment criteria:** The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control (40 points), written **exam** at the end of the 7th semester.

Current control (60 points): testing, questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of Department \_\_\_\_\_

M. Malchyk, Doctor of Economic Sciences, Professor



1. **Код:** ПП 1.18;
2. **Назва:** Логістика;
3. **Тип:** обов'язковий;
4. **Рівень вищої освіти:** I (бакалаврський);
5. **Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 4;
6. **Семестр, коли вивчається дисципліна:** 8;
7. **Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 5;
8. **Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Попко О.В., к.е.н., доцент;
9. **Результати навчання:** після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:  
застосовувати основи логістики на промисловому підприємстві;
10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи, курсова робота;
11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** Маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетинг промислового підприємства, Маркетингове ціноутворення.  
• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** -;
12. **Зміст курсу:** Логістика в ринковій економіці. Класифікація форм логістичних утворень. Технологічні процеси та управління матеріальними потоками в логістиці. Фактори формування логістичних систем. Заготівельна логістика. Сутність розподільчої логістики. Внутрішньовиробнича логістика. Логістика складування. Транспортна логістика. Міжнародна логістика.
13. **Рекомендовані навчальні видання:**
  6. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Кол. монографія / [М.В.Мальчик, — О.В.Попко, Н.А.Гонтаренко, З.О.Толчанова, О.В.Мартинюк, С.І.Коваль, Т.Д.Мельник; За редакцією М.В.Мальчик]; Нац. ун-т водного господарства та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2015. - 197 с.
  7. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: Підручник. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.
  8. Економіка логістичних систем: Монографія/ М.Васелевський, Є.Крикавський та ін. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.
  9. Логістика: Учебное пособие/ Под ред.Б.А.Анискина. – М.: Инфра-М, 2007. – 327 с.
  10. Окландер М. Концепція промислової логістики // Економіка України. – 1992. - №10. – С.24-27.
14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**  
30 год. лекцій, 30 год. практичних занять, 98 год. самостійної роботи, 22 год. курсова робота. Разом – 180 год. Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.
15. **Форми та критерії оцінювання:**  
Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.  
Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** письмовий в кінці 8 семестру.  
Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.
16. **Мова викладання:** українська.





- 1. Code:** ПП 1.18;
- 2. Title:** Logistics;
- 3. Type:** compulsory;
- 4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree);
- 5. Year of study, when the discipline is offered:** 4;
- 6. Semester when the discipline is studied:** 8;
- 7. Number of established ECTS credits:** 5;
- 8. Surname, initials of the lecturer, scientific degree, position:** Popko O.V., c.e.s., Associate Professor;
- 9. Results of studies:** after studying the discipline the student must be capable of: apply the basics of logistics in an industrial enterprise;
- 10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, term paper;
- 11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:** Marketing, Marketing Research, Marketing of Industrial Enterprise, Marketing Pricing.
- 12. Course contents:** Logistics in the market economy. Classification of forms of logistic entities. Technological processes and management of material flows in logistics. Factors for the formation of logistics systems. Billing logistics. The essence of distributive logistics. In-house logistics. Logistics warehousing. Transport logistics. International logistics;
- 13. Recommended educational editions:**
  - 1 Marketing and logistics processes in economics: theory and practice: // Monograph / edit. by Malchyk M.V. - Rivne: NUWEE, 2015. - 192 p., Aut. team: Malchyk M.V, Gontarenko N.A., Popko O.V., Tolchanova Z.O., Martynyuk O.V., Koval S.I.
  2. Krykavsky Y. Logistics. For economists: Lviv: Publishing House of Lvivska Polytechnic National University, 2004. 448 p.
  3. Economics of logistic systems: Monograph / M.Vaselevsky, E.Kricavsky and others. - Lviv: Publishing House of Lvivska Polytechnic National University, 2008. - 596 p.
  4. Logistics: Textbook / Ed.B.B.A.Aniskina. - M.: Infra-M, 2007. - 327 p.
  5. Oklander M. Concept of industrial logistics // Economy of Ukraine. - 1992. - №10. - p. 24-27.
- 14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 30 hours, practical classes – 30 hours, independent work – 98 hours, individual work – 22 hours. Total –180 hours. Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, implementing case method, individual tasks of scientific research using, multimedia tools.
- 15. Forms and assessment criteria:**

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control (40 points), written **exam** at the end of the 8th semester.

Current control (60 points): testing, questioning.
- 16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of Department \_\_\_\_\_

M. Malchyk, Doctor of Economic Sciences, Professor



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ»

2. Назва: Маркетинг закупівель.

3. Тип: вибірковий.

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 3.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 6

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 5

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана

Володимирівна, к.е.н., доц.

### 9. Результати навчання:

- знати сучасні стратегії маркетингу закупівель та методологію управління закупівельними роботами;
- володіти сутністю концепції маркетингу закупівель, класифікацію закупівель, методи закупівель та способи закупівель;
- розуміти етапи процесу маркетингу закупівель;
- вміти визначати способи закупівель та аналізувати джерела закупівель;
- добирати джерела інформації та розміщати замовлення;
- характеризувати купівельну поведінку організацій та визначати обсяг замовлення чи закупівлі.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинг», «Економічний механізм маркетингу», «Маркетингова товарна політика».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Маркетингові дослідження», «Інтернет-бізнес», «Поведінка споживача».

12. **Зміст курсу:** Сутність маркетингу закупівель. Сутність закупівельної діяльності підприємства. Етапи процесу маркетингу закупівель. Маркетинг закупівель і логістика. Процес закупівель організаціями-покупцями. Закупівельний центр. Планування процесу закупівлі для потреб організації. Онлайн-закупівлі.

### 13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг : підручник / Балабанова Л.В. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2002. – 562 с.

2. Гаркавенко С.С., Маркетинг: підручник / Гаркавенко С.С. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.

3. Тарасюк, Г.М. Планування комерційної діяльності. навч. посіб. / Тарасюк Г.М. – К.: Каравела, 2005. – 400с.

4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

### 14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 104 год. самостійної роботи. Разом – 150 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

### 15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці 6 семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

### 16. Мова викладання: українська.

Завідувач кафедри

Мальчик М.В., док. екон. наук, проф.



## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE " MARKETING PROCUREMENT "

**1. Code:** BB3

**2. Title:** Marketing Procurement.

**3. Type:** вибірковий

**4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree).

**5. Year of study, when the discipline is offered:** 3.

**6. Semester when studying discipline:** 6

**7. Number of established ECTS credits:** 5

**8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position:** Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

**9. Learning outcomes:**

- to know modern procurement strategy and procurement methodology;
- possess the essence of the concept of marketing of procurement, the classification of procurement, procurement methods and methods of procurement;
- understand the stages of the procurement marketing process;
- be able to determine procurement methods and analyze sources of procurement;
- select sources of information and place an order;
- characterize the purchasing behavior of organizations and determine the volume of orders or purchases.

**10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

**11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline:** "Marketing", "Economic mechanism of marketing", "Marketing commodity policy".

**• Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** "Marketing Research", "Internet Business", "Consumer Behavior".

**12. Content of the course:** The essence of marketing procurement. The essence of the procurement activity of the enterprise. Stages of the procurement marketing process. Marketing procurement and logistics. Procurement process by purchasing organizations. Procurement Center. Planning the procurement process for the needs of the organization. Online purchases.

**13. Recommended editions:**

1. Balabanova, L.V. Marketing: Textbook / Balabanova L.V. - Donetsk: DonDUET them. M. Tugan-Baranovsky, 2002. - 562 pp.

2. Harkavenko S.S., Marketing: tutorial / Harkavenko S.S. - K. : Libra, 2002. - 712 p.

3. Tarasyuk, G.M. Business Planning. tutor manual / Tarasyuk G.M. - K.: Caravela, 2005. - 400s.

4. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 24 hours, practical classes – 22 hours, independent work – 104 hours. Total – 150 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

**15. Forms and assessment criteria:**

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 6 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,  
Doc. econ Sciences, prof.





## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

2. Назва: Маркетингове ціноутворення.

3. Тип: обов'язковий

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 4.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 8

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4,5

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана

Володимирівна, к.е.н., доц.

9. Результати навчання:

- знати сутність цінової політики підприємства;
- володіти основними прийомами і методами ціноутворення при вирішенні маркетингових проблем у процесі реалізації продуктів на ринку;
- використовувати механізми формування ціни на продукцію підприємства;
- застосовувати основні принципи теорії і практики маркетингового ціноутворення на підприємстві.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Гроші і кредит», «Економічний механізм маркетингу», «Маркетинговий аудит».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Логістика», «Маркетинг послуг», «Управління проектами».

12. **Зміст курсу:** Введення в ціноутворення. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін та їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Прийняття рішень щодо визначення ціни, корегування ціни. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні. Маркетингова цінова стратегія. Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання в процесі ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 3.12.1998 р.
2. Белявцев М.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. / М.І. Белявцев, І.В. Петренко, І.В. Прозорова – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.
3. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: Навчальний посібник. / А.О. Длігач. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 304 с.
4. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навч. Посібник. / С.І. Дугіна – К.: КНЕУ, 2005. – 393 с.
5. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 89 год. самостійної роботи. Разом – 135 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: **екзамен** в кінці 8 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** українська.



## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE "MARKETING PRICING"

**1. Code:** PFP 15

**2. Title:** Marketing Pricing.

**3. Type:** compulsory

**4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree).

**5. Year of study, when the discipline is offered:** 4.

**6. Semester when studying discipline:** 8

**7. Number of established ECTS credits:** 4,5

**8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position:** Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

**9. Learning outcomes:**

- to know the essence of the company's pricing policy;
- master the basic methods and methods of pricing in solving marketing problems in the process of selling products on the market;
- use the mechanisms of price formation for the products of the enterprise;
- apply the basic principles of the theory and practice of marketing pricing at the enterprise

**10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

**11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline:** "Marketing", "Marketing Research", "Marketing Commodity Policy", "Money and Credit", "Economic Marketing Mechanism", "Marketing Audit".

**• Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** Logistics, Marketing Services, Project Management.

**12. Content of the course:** Introduction to pricing. Formation of price policy. Price as a tool for marketing pricing. Price system and its classification. Factors of marketing pricing. Methodical approaches to pricing in the marketing system. Decision-making for price determination, price adjustment. Features of the study of market conjuncture in pricing. Marketing pricing strategy. Pricing in international marketing. Estimation of error and risk in pricing. State regulation in the process of pricing in Ukraine. Pricing of brands.

**13. Recommended editions:**

1. The Law of Ukraine "On Prices and Pricing" of 3.12.1998
2. Belyavtsev MI Marketing pricing policy: tutorial. / M.I. Belyavtsev, IV Petrenko, IV Prozorova - Kyiv: Center for Educational Literature, 2005. - 332 pp.
3. Dligach A.O. Marketing pricing policy: world experience, domestic practice: Tutorial. / A.O. Dligach - K. : VD "Professional", 2006. - 304 p.
4. Dugina S.I. Marketing pricing policy: Teaching. A guide. / SI Dugina - K. : KNEU, 2005. - 393 p.
5. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 24 hours, practical classes – 22 hours, independent work – 89 hours. Total – 135 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

**15. Forms and assessment criteria:**

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: exam at the end of the 8 semester.

Current Control (60 points): testing, questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,  
Doc. econ Sciences, prof.



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»

1. Код: ВВ6

2. Назва: Паблік рілейшнз.

3. Тип: вибірковий.

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 4.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 7

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 2,25

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана

Володимирівна, к.е.н., доц.

### 9. Результати навчання:

- знати поняття паблік рілейшнз, принципи, правила і функції паблік рілейшнз;
- вміти розробляти прес-релізи та оцінювати ефективність PR-діяльності підприємства.;
- розуміти сутність громадськості, її групи; характеристику громадської думки.;
- враховувати особливості PR-діяльності в Україні; знати сутність PR-інструментарію;
- оцінювати ефективність PR-діяльності підприємства.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Інтернет-бізнес».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Маркетинговий аудит», «Маркетинг у банках», «Креативний маркетинг».

12. **Зміст курсу:** Значення та історія розвитку науки «Паблік рілейшнз». Сучасна концепція паблік рілейшнз. Паблік рілейшнз у системі управління ринковою діяльністю підприємства. Паблік рілейшнз у системі управління підприємством. Маркетингові дослідження у паблік рілейшнз. Засоби паблік рілейшнз. Управління PR-кампаніями у бізнесі. Моделювання процесу комунікативного впливу паблік рілейшнз на економічну поведінку ринкових суб'єктів. Іміджологія у бізнес-ПР. Паблік рілейшнз у конфліктних і кризових ситуаціях.

### 13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Кендюхов О.В. Паблік рілейшнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки [Монографія] / О.В. Кендюхов, К.Ю. Янгельська. – Донецьк: [б/в], 2010. – 225 с.

2. Примак Т. О. Паблік рілейшнз у бізнесі: Навч. посіб. / Т.О. Примак. – К.: КНЕУ, 2006. – 176 с.

3. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. I доп. – К.: Знання, КОО, 2004. – 373 с.

4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

### 14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

20 год. лекцій, 14 год. практичних робіт, 37 год. самостійної роботи. Разом – 81 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

### 15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці 7 семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** українська.

Завідувач кафедри

Мальчик М.В., док. екон. наук, проф.



## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE " PUBLIC RELATIONS "

**1. Code:** BB6

**2. Title:** Public relations.

**3. Type:** вибірковий

**4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree).

**5. Year of study, when the discipline is offered:** 4.

**6. Semester when studying discipline:** 7

**7. Number of established ECTS credits:** 2,25

**8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position:** Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

**9. Learning outcomes:**

- to know the concept of public relations, principles, rules and functions of public relations;
- be able to develop press releases and evaluate the effectiveness of PR-activity of the enterprise .;
- understand the essence of the community, its group; characteristic of public opinion;
- take into account the peculiarities of PR-activities in Ukraine; know the essence of the PR toolkit;
- assess the effectiveness of PR-activities of the enterprise.

**10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

**11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline:** «Marketing», «Marketing Research», «Marketing Commodity Policy», «Money and Credit», «Economic Marketing Mechanism», «Marketing Audit».

**• Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** "Marketing Audit", "Marketing in Banks", "Creative Marketing".

**12. Content of the course:** Meaning and History of Science "Public relations". Modern concept of public relations. Public relations in the system of management of market activity of the enterprise. Public relations in the enterprise management system. Marketing research in public relations. Public relations tools. Management of PR-campaigns in business. Simulation of communicative impact of public relations on the economic behavior of market actors. Imageology in business PR. Public relations in conflict and crisis situations.

**13. Recommended editions:**

1. Kendiukhov O.V. Public relations in corporate branding: management mechanism and assessment methodology [Monograph] / O.V. Kendiukhov, K.Yu. Yangelskaya - Donetsk: [b / u], 2010. - 225 p.

2. Primak T. O. Public relations in business: Teaching. manual / T.O. Primer - K. : KNEU, 2006. - 176 p.

3. Pocheptsov G.G. Public relations: Teach. manual - 2nd form., Vopr. And add - K.: Knowledge, KOU, 2004. - 373 p.

4. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 20 hours, practical classes – 14 hours, independent work – 37 hours. Total – 81 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

**15. Forms and assessment criteria:**

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 7 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,  
Doc. econ Sciences, prof.