



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