

	<b>СИЛАБУС</b> <b>НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b> <b>«Галузевий маркетинг»</b>
	<p><b>Рівень вищої освіти:</b> Перший (бакалаврський)</p> <p><b>Спеціальність:</b> <u>075 Маркетинг</u></p> <p><b>Рік навчання:</b> <u>3-й</u>, семестр <u>5-й</u></p> <p><b>Кількість кредитів ECTS:</b> <u>4 кредити</u></p> <p><b>Назва кафедри:</b> <u>Аграрного менеджменту та маркетингу</u></p> <p><b>Мова викладання:</b> <u>українська</u></p>
<b>Лектор курсу</b>	к.е.н., ст. викл. Гонтарук Ярослав Вікторович
<b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b>	<a href="mailto:goncharuk@vsau.vin.ua">goncharuk@vsau.vin.ua</a> <a href="mailto:e050122015@gmail.com">e050122015@gmail.com</a>

### ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Галузевий маркетинг» є обов'язковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 120 год.: лекції – 22 год.; практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 80 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

### ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

**Пререквізити:** «Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва», «Технологія виробництва та переробки продукції рослинництва».

**Постреквізити:** «Маркетингова цінова політика», «Аграрна політика та земельні відносини».

### ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Призначення навчальної дисципліни.** У сучасних умовах господарювання актуальність використання принципів галузевого маркетингу полягає у тому, що керівники багатьох підприємств і досі розглядають маркетинг лише як допоміжний інструмент на шляху досягнення успіху. Якщо ж маркетинг стане основою розробки довгострокових і короткострокових стратегій розвитку підприємства, то його керівництво забезпечить собі ефективне управління збутовою, рекламною, комунікаційною діяльністю, товарною і ціновою політиками, а також зможе отримати прибуток через найкраще задоволення потреб покупців. Сучасний маркетинг – це не тільки прикладна економіка, але й частина стратегії підприємства, тому правильний підхід до маркетингу на підприємствах різної галузевої приналежності – запорука їх успіху.

**Метою вивчення дисципліни «Галузевий маркетинг» є:** підготовка до

роботи в відділах маркетингу, збуту та комерційних службах підприємств. У результаті вивчення курсу в студентів повинно сформуватися розуміння специфіки маркетингової діяльності організацій різної галузевої приналежності.

**Задачі вивчення дисципліни.** При вивченні дисципліни «Галузевий маркетинг» здобувач має опанувати: навичками розробки корпоративної місії й стратегії ринкового суб'єкта на основі результатів маркетингових досліджень; адаптовувати організаційний механізм управління організацією згідно специфіки її діяльності; вирішувати проблему збуту продуктів галузевого підприємства; досягати бажаного конкурентного положення на ринку.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен володіти інтегральною, загальними, фаховими компетентностями та програмними результатами навчання, зокрема:

*інтегральна компетентність (ІК):* Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

*програмні результати (Р):*

Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

## ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Тема 1. Поняття, особливості та концепції галузевого маркетингу	2	1	8
2	Тема 2. Торговельний маркетинг	2	1	8
3	Тема 3. Маркетинг в системі АПК	2	2	8
4	Тема 4. Маркетинг у туризмі	2	1	8
5	Тема 5. Маркетинг індустрії гостинності	2	2	8
6	Тема 6. Муніципальний маркетинг	2	1	8
7	Тема 7. Маркетинг освітніх послуг	2	2	8
8	Тема 8. Політичний маркетинг: поняття, функції і види	2	2	8
9	Тема 9. Маркетинг інноваційних процесів	2	2	8
10	Тема 10. Міжнародний маркетинг	2	2	4
11	Тема 11. Суть і значення екологічного маркетингу в сучасних умовах	2	2	4
	<b>Разом</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>80</b>

### САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА

Самостійна робота студента організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання (гугл-презентації).

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця. Навчальний матеріал навчальної дисципліни, передбачений робочою програмою для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

## Види самостійної роботи

№ з/п	Вид самостійної роботи	Години	Термін виконання	Форма та метод контролю
1	Підготовка до практичних занять	50	щотижнево	Усне та письмове (тестове) опитування
2	Підготовка рефератів	15	2 рази в семестр	Усний захист
3	Виконання індивідуальних завдань	15	2 рази в семестр	Усне опитування
	Разом	<b>80</b>	-	-

## Список основної та додаткової літератури

### Основна:

1. Буднікевич, І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І.М. Київ, 2017. 536 с.
2. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Харків, 2016. 237 с.
3. Луцяк В.В., Красняк О.П., Кондратова М.В. Маркетингова діяльність підприємства : навч. посіб. Вінниця, 2019. 354 с.
4. Луцяк В.В., Пронько Л.М., Колесник Т.В. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Вінниця, 2019. 231 с.
5. Мазур К. В., Кубай О. Г. Менеджмент аграрного підприємства : навч. посіб. Вінниця, 2020. 284 с.

### Додаткова:

1. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Маркетингові інновації в індустрії гостинності України. *Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 36–44.
2. Калетнік Г. М., Ціхановська В. М., Ціхановська О. М. Менеджмент та маркетинг : навч. посіб. Київ, 2011. 580 с.
3. Мазур К.В., Гонтарук Я.В. Розвиток маркетингу на ринку агропродовольчої продукції Вінницької області. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 160-165 DOI: 10.20535/2307-5651.23.2022.264656
4. Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні: монографія / Р. В. Логоша, К. В. Мазур, В. Ю. Кричковський. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. 344 с.
5. Маркетингові аспекти розвитку сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалив: монографія / І.В. Гончарук, Р.В. Логоша, І.А. Семчук. Вінниця: ТОВ «Твори», 2021. 320 с.
6. Шевчук Г.В., Гонтарук Я.В., Гіренко М.А. Державне регулювання розвитку садівництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-50>
7. Бондаренко В.М., Гонтарук Я.В. Формування моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-072/2022-37-67>.

8. Logosha R.V., Bratkovsky O.A. Marketing activities management system. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 2 (249). С. 69 – 75.
9. Логоша Р.В., Семчук І.А. Ідентифікація моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка АПК*. 2020. № 12(314). С. 45 – 54.
10. Кубай О.Г., Деніга Ю.В. Диверсифікація діяльності як фактор збалансованого розвитку аграрних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 85–92.
11. Методичні розробки з дисципліни (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.
12. Презентації лекційного курсу (внутрішній сайт ВНАУ – Електронна система «Сократ»)
13. Тестові завдання (внутрішній сайт ВНАУ – Електронна система «Сократ»)

### **Інформаційні ресурси**

1. Тестові завдання з Галузевого маркетингу (внутрішній сайт ВНАУ). [http://socrates.vsau.org/method/by2.php?card\\_id=16579](http://socrates.vsau.org/method/by2.php?card_id=16579)
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ). [http://socrates.vsau.org/method/by2.php?card\\_id=16579](http://socrates.vsau.org/method/by2.php?card_id=16579)

### **Контроль і оцінка результатів навчання**

Розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль - загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи - 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування ситуаційних вправ та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) - 10 балів; за показниками наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності - 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) - 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом додаткового завдання з метою добору балів для допущення до підсумкового контролю.

## Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності		Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Виконання домашніх завдань	4
4	Виконання контрольних робіт, тестування	10
5	Індивідуальні та групові творчі завдання	8
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Виконання домашніх завдань	4
9	Виконання контрольних робіт, тестування	10
10	Індивідуальні та групові творчі завдання	8
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності		<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>
<b>Разом</b>		<b>100</b>

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.