


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування

Протокол № 44 від "16.06" 2018 р.

Зав. кафедри

 Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ  
«МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВА»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник: Барабанова В.В.  
доц. кафедри маркетингу,  
менеджменту та публічного  
адміністрування, к.е.н., доцент

2018 – 2019 навчальний рік

## 1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова (для студентів спеціальності "назва спеціальності") / вибіркова дисципліна	<b>Обов'язкова для студентів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент»</b>
Семестр (осінній / весняний)	<b>осінній</b>
Кількість кредитів	<b>5</b>
Загальна кількість годин	<b>150</b>
Кількість модулів	<b>2</b>
Лекції, годин	<b>30</b>
Практичні / семінарські, годин	<b>30</b>
Лабораторні, годин	<b>-</b>
Самостійна робота, годин	<b>90</b>
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	<b>5</b>
самостійної роботи студента	<b>5</b>
Вид контролю	<b>екзамен</b>

## 2. Програма дисципліни

**Ціль-** формування професійних компетентностей щодо визначення особливостей маркетингу підприємства та практичних навичок впровадження та використання маркетингу в підприємствах з врахуванням їх особливостей, оцінки ризиків маркетингової діяльності.

**Завдання:** ознайомлення з категорійним апаратом, надання знань щодо особливостей маркетингу підприємства, формування навичок розробки товарної, збутової, цінової та комунікаційної політики в умовах маркетингової орієнтації підприємства, організація кадрового забезпечення служби маркетингу, оцінка маркетингу в зовнішньоекономічній діяльності підприємства, розробка програмування маркетингової діяльності в системі управління підприємством, організація та контроль в системі маркетингу.

**Предмет:** вивчення механізму формування маркетингу підприємства.

**Зміст дисципліни розкривається в темах:**

1. Товарна політика в умовах маркетингової орієнтації підприємства
2. Забезпечення якості і конкурентоспроможності товарів
3. Цінова політика в системі маркетингу підприємства
4. Розподіл та збут у комплексі маркетингу підприємства
5. Комунікаційна політика в комплексі маркетингу підприємства
6. Персонал у комплексі маркетингу підприємства
7. Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

8. Управління маркетингом у підприємстві
9. Організація маркетингової діяльності підприємства
10. Програмування маркетингової діяльності в системі управління підприємством
11. Контроль у системі маркетингу підприємства.

### 3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	усього	У тому числі			
		л	п/с	лаб.	срс.
1	2	3	4	5	6
<b>Змістовий модуль 1. Управління маркетинговими можливостями підприємства</b>					
Тема 1. Товарна політика в умовах маркетингової орієнтації підприємства	9	2	2		5
Тема 2. Забезпечення якості і конкурентоспроможності товарів	9	2	2		5
Тема 3. Цінова політика в системі маркетингу підприємства	13	4	4		5
Тема 4. Розподіл та збут у комплексі маркетингу підприємства	13	4	4		5
Тема 5. Комунікаційна політика в комплексі маркетингу підприємства	11	4	2		5
Разом за змістовим модулем 1	55	16	14		25
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг як методологія ринкової діяльності підприємства управління</b>					
Тема 6. Персонал у комплексі маркетингу підприємства	14	2	2		10
Тема 7. Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	18	4	4		10
Тема 8. Управління маркетингом у підприємстві	16	2	4		10
Тема 9. Організація маркетингової діяльності підприємства	14	2	2		10
Тема 10. Програмування маркетингової діяльності в системі управління підприємством	14	2	2		10
Тема 11. Контроль у системі маркетингу	19	2	2		15

підприємства					
Разом за змістовим модулем 2	95	14	16		65
Усього годин	<b>150</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		<b>90</b>

#### 4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема заняття	Години
1	Семінар – розгорнута бесіда Товарна політика в умовах маркетингової орієнтації підприємства	2
2	Семінар запитань і відповідей Забезпечення якості і конкурентоспроможності товарів	2
3	Семінар – розгорнута бесіда Цінова політика в системі маркетингу підприємства	4
4	Семінар запитань і відповідей Розподіл та збут у комплексі маркетингу підприємства	4
5	Практичне заняття Комунікаційна політика в комплексі маркетингу підприємства	4
6	Семінар запитань і відповідей Персонал у комплексі маркетингу підприємства	2
7	Семінар запитань і відповідей Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	2
8	Семінар запитань і відповідей Управління маркетингом у підприємстві	2
9	Практичне заняття Організація маркетингової діяльності підприємства	2
10	Семінар – розгорнута бесіда Програмування маркетингової діяльності в системі управління підприємством	2
11	Практичне заняття Контроль у системі маркетингу підприємства	4
	<b>Всього</b>	<b>30</b>

#### 5. Індивідуальні завдання

1. Огляд навчальної, нормативної, наукової і періодичної літератури, та підготовка матеріалу у вигляді опорного конспекту.
2. Підготовка рефератів, доповідей, статей за обраною темою.
3. Добір статистичної інформації, підготовка аналітичних довідок.

4. Підготовка тез для публікації в наукових журналах, інтернет виданнях за відповідною тематикою та міжнародних семінарах, конференціях.

## 6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Вид та тема занять	Кількість годин самостійної роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
<b>Змістовий модуль 1. Управління маркетинговими можливостями підприємства</b>			
Семінар – розгорнута бесіда Товарна політика в умовах маркетингової орієнтації підприємства	5	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення питань: Маркетинг як система діяльності підприємства на ринку. Товарна політика підприємства: сутність і формування на основі маркетингу. Дослідження конкурентоспроможності товару. Джерела [1]-[8] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Забезпечення якості і конкурентоспроможності товарів	5	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Створення й оптимізація товарного асортименту . Питання про товарні марки (розробка і здійснення стратегій). Створення ефективного упакування . Аналіз життєвого циклу товару і управління ним. Позиціонування товарів на ринку. Дослідження конкурентоспроможності товару. Джерела [3]-[5] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, результати, презентація доповіді
Семінар – розгорнута бесіда Цінова політика в системі маркетингу підприємства	5	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Цінова політика та її роль у маркетинговій діяльності підприємства. Методи встановлення цін у підприємстві Джерела [1]-[8] 2. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Розподіл та збут у комплексі маркетингу підприємства	5	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Процес вибору системи і стратегії розподілу. Маркетингова логістика. Оптова торгівля в системі маркетингу. Роздрібна торгівля в	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

		системі маркетингу Джерела [5]-[7] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.	
Практичне заняття Комунікаційна політика в комплексі маркетингу підприємства	5	1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Система просування-мікс у підприємстві. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Особистий продаж у комплексі маркетингових комунікацій. Джерела [7]-[9] 2. Підготовка до письмового опитування 3 Розв'язання задач, вправ, кейсів.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>25</b>		
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг як методологія ринкової діяльності підприємства управління</b>			
Семінар запитань і відповідей Персонал у комплексі маркетингу підприємства	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Положення про службу маркетингу підприємства. Формування кадрового забезпечення служби маркетингу Джерела [7]-[11] 2. Підготовка до письмового опитування	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Маркетинг у зовнішньоекономіч ній діяльності підприємства	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Сутність міжнародного маркетингу та його проблеми на сучасному етапі. Привабливість ринку. Комплекс маркетингових зусиль у зовнішньоекономічній діяльності підприємства Джерела [7]-[9] 2. Підготовка до письмового опитування 3 Розв'язання задач, вправ, кейсів.	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді
Семінар запитань і відповідей Управління маркетингом у підприємстві	10	1. Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Сутність і завдання управління маркетингом у підприємстві. Процес управління маркетингом підприємства Методика діагностики маркетингового середовища; етапи процесу управління маркетингом підприємства. Сутність і завдання управління маркетингом у підприємстві. Джерела [5]-[9] 2. Самотестування. 3.Розв'язання задач, вправ, кейсів	Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді

<p>Практичне заняття Організація маркетингової діяльності підприємства</p>	<p>10</p>	<p>1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Види організаційних структур управління маркетингом. Організаційна культура служби маркетингу. Планування в маркетингу: специфіка і завдання. Типова схема побудови загальної програми (плану) маркетингу. Процес розробки програми маркетингу підприємства .Ситуаційний аналіз. Маркетинговий синтез. Тактичне планування маркетингової діяльності Джерела [5]-[8] 2. Самотестування. 3. Розв'язання задач, вправ, кейсів</p>	<p>Усне та Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді</p>
<p>Семінар – розгорнута бесіда Програмування маркетингової діяльності в системі управління підприємством</p>	<p>10</p>	<p>1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Планування в маркетингу: специфіка і завдання. Процес розробки програми маркетингу підприємства. Програма маркетингу як інструмент ринкової діяльності підприємства. Зміст ситуаційного аналізу в процесі розробки програми маркетингу. Напрями висування цілей та їх ієрархія при маркетинговому синтезі в процесі розробки програми маркетингу. Сутність і етапи стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства. Стадії тактичного планування маркетингової діяльності підприємства. Планування в маркетингу: специфіка і завдання Джерела [6]-[11] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.</p>	<p>Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді</p>
<p>Практичне заняття Контроль у системі маркетингу підприємства</p>	<p>10</p>	<p>1 Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Сутність та види маркетингового контролю; стратегічний контроль маркетингу; об'єкти та зміст контролю маркетингу, класифікація Джерела [6]-[11] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.</p>	<p>Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді</p>
<p>Семінар запитань і відповідей Персонал у комплексі маркетингу підприємства</p>	<p>15</p>	<p>1.Опрацювання конспекту лекцій та рекомендованої літератури для обговорення теоретичних питань: Контроль у маркетингу: сутність, класифікація. Види маркетингового контролю. Визначення цілей, завдань та функцій персоналу служби маркетингу;</p>	<p>Тестування, фронтальне та індивідуальне опитування, презентація доповіді</p>

		формування кадрового забезпечення служби маркетингу; мотивація персоналу служби маркетингу. Джерела [6]-[11] 2. Самотестування 3. Підготовка до презентації доповіді.	
<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>65</b>		
<b>Разом</b>	<b>90</b>		

### 7. Матриця зв'язку між дисципліною/ змістовим модулем, результатами навчання та компетентностями

Результати навчання	Компетентності											
	Загальні					Предметно-спеціальні						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	
1. Знання теоретичних основ маркетингу підприємств, категоріального апарату маркетингу підприємства							+					
2. Знання методології маркетингових досліджень, розроблення і планування маркетингових стратегій та їх реалізації у підприємства								+				
3. Розуміння визначати фактори впливу маркетингового середовища на діяльність підприємства							+					
4. Знання основних методів управління маркетинговою і комунікаційною діяльністю у підприємства											+	
5. Розуміння методів маркетингових досліджень												
6. Уміння проаналізувати та оцінювати конкурентоспроможність товару підприємства, розробляти концепцію нового товару								+				
7. Уміння визначати стратегії маркетингу на різних етапах життєвого циклу, визначати напрями вдосконалення послуг підприємства							+					
8. Уміння визначати фактори ціноутворення, які впливають на встановлення ціни; визначати альтернативні системи розподілу									+			
9. Здатність визначати доцільність прямого або опосередкованого збуту, визначати альтернативні системи розподілу								+				



## 8. Методи викладання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота (підготовка презентацій, рефератів, самостійно опрацювання додаткових питань за наведеним переліком літератури).

## 9. Методи оцінювання

Екзамен.

### 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

### Оцінювання студентів протягом семестру

№ теми практичного заняття	Вид роботи/бали					Сума балів
	Тестові завдання	Задачі, завдання, кейси тощо	Обговорення теоретичних питань теми	Індивідуальне завдання	ПМК	
<b>Змістовий модуль 1</b>						
Тема 1	2		2			4
Тема 2	2		2			4
Тема 3	2	1	2			5
Тема 4	2	1	2			5
Тема 5	2		2		3	7
<b>Разом змістовий модуль 1</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>10</b>		<b>3</b>	<b>25</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>						
Тема 6	2	1				3
Тема 7	1	1		1		3
Тема 8	1	1	1	1		4
Тема 9	1	1	1	1		4
Тема 10	1	1	1	1		4
Тема 11	1	1	1	1	3	7
<b>Разом змістовий модуль 2</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>25</b>
<b>Разом</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>50</b>

### Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

<b>Оцінка</b>		
<b>100-бальна шкала</b>	<b>Шкала ECTS</b>	<b>Національна шкала</b>
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

## **11. Методичне забезпечення**

1. Електронний конспект лекцій.
2. Методичні вказівки з вивчення дисципліни.
3. Індивідуальні завдання.
4. Навчальна та наукова література, нормативні документи.

## **12. Рекомендована література**

### **Основна**

1. Котлер Ф. Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб: «Питер», 2009. – 814 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В.Вонг – [пер. с англ.]. – 2-е епроп. изд. – М. : СПб.: К. : Издательський дома «Вільямс», 2000. – 944 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К: ЦУЛ, 2012. – 612с.
4. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: підручник /А.В. Войчак, А.В. Федорченко ДВНЗ "Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана" / А.В. Войчак (ред.). – К.: КНЕУ, 2007. – 408с.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник. /Е.П. Голубков. – М. : Финпресс, 2008. – 496с.
6. Куліков П. М. Економіка та організація інноваційної діяльності / П. М. Куліков, Д. О. Тищенко, Н. В. Кулешова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 246 с.
7. Лепейко Т. І. Інноваційний менеджмент / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашев. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 438 с.
8. Холодний Г.О. Маркетингова товарна політика: навч. посібник./ Г.О. Холодний. – Х.: ХНЕУ, 2006. – 324с.

9. Чеботар С.І. Маркетингова товарна політика: підруч./ С.І. Чеботар ,С.М. Боняр, Р.І. Буряк, Я.С. Ларіна, Т.М. Левшукова – К.: Преса України, 2007. – 263с.
10. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій / О. М. Ястремська, К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 115 с.

### **Допоміжна**

11. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 19 – 20. – С. 799.
12. Тонєва К. В. Моделювання інноваційних процесів / К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 95 с.
13. Федулова Л. І. Інноваційна економіка / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 478 с.
14. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 195 с.
15. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.

### **Інформаційні ресурси**

16. Definition of Marketing [Електронний ресурс] : сайт Американської асоціації маркетингу – Режим доступу : <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (дата звернення 12.08.2015). – Назва з екрана.
17. Сайт Державного комітету статистики України[Електронний ресурс] : офіційний веб-сайт.- Режим доступу: – <http://www.ukrstat.gov.ua/>
18. Офіційний веб-сайт Європейський науковий фонд [Електронний ресурс] // Режим доступу: <<http://www.esf.org/>>.
19. Национальный институт стратегических исследований [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.niss.gov.ua>
20. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] //Режим доступа: <http://www.cyberleninka>.