Силабус навчальної дисципліни

Курсова робота: МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність	*075 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Перший (бакалаврський)*
Статус дисципліни	*Обов'язкова*
Мова викладання	*Українська*
Курс / семестр	*4 курс, 7 семестр*
Кількість кредитів ЄКТС	*1*
Розподіл за видами занять та годинами навчання	*Самостійна робота – 30 год.*
Форма підсумкового контролю	*Курсова робота*
Кафедра	*«Маркетингу», Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 61166, Україна, м. Харків, проспект Науки 9-а, тел. (057) 702-02-65, www.eim.hneu.edu.ua*
Викладач (-і)	*Дзеніс Вікторія Олександрівна, доцент, доцент Тер-Карапетянц Юлія Миколаївна, викладач*
Контактна інформація викладача (-ів)	*viktoriia.dzenis@hneu.net uterz@ukr.net*
Дні занять	*Відповідно до поточного розкладу*
Консультації	*Відповідно до графіку*

***Мета** виконання курсової роботи*

Виконання курсової роботи має на меті:

навчити студентів систематизувати, закріплювати і розширювати теоретичні знання і творчо застосовувати їх для вирішення конкретних завдань;

надати студентам навички практичної діяльності зі збору та обробки інформації, самостійного аналізу отриманих з досліджуваної проблеми даних, проведення різних розрахунків і формування висновків, що характеризують стан і розвиток ринкової ситуації;

розвинути вміння складати звіт про дослідження, правильно оформляти роботу, поєднуючи текстовий виклад з використанням таблиць, діаграм, графіків і схем.

Передумови для навчання

Перелік попередньо прослуханих дисциплін: Маркетинг. Основи підприємництва. Управління витратами та прибутком. Маркетингові дослідження.

Виконання курсової роботи сприяє набуттю студентом:

знань: принципів маркетингу, основних методів і інструментів управління маркетинговою діяльністю організації;

умінь: ідентифікувати ключові маркетингові проблеми на промисловому підприємстві, планувати маркетингову діяльність організації, вибудовувати ефективні бізнес-процеси, постійно вдосконалювати їх відповідно до потреб клієнтів;

навичок: володіння методами маркетингових досліджень, обґрунтування прийняття управлінських рішень щодо формування комплексу маркетингу на промисловому підприємстві.

Теми курсової роботи

1. Маркетингові дослідження на ринку товарів промислового призначення. Проблеми маркетингових досліджень в Україні.
2. Сегментування споживачів на ринку товарів промислового призначення.
3. Формування споживчої лояльності на ринку товарів промислового призначення.
4. Формування та реалізація стратегії брендингу промисловим підприємством.
5. Організація і проведення переговорів з постачальниками промислової продукції.

6. Сутність та структура маркетингової товарної політики підприємства на ринку B2B.
7. Планування нової продукції підприємствами на ринку B2B.
8. Маркетингова цінова політика промислового підприємства.
9. Взаємовідносини клієнт-постачальник в процесі промислових закупівель.
10. Управління маркетингом на промисловому підприємстві.
11. Конкурентоспроможність продукції промислового призначення та її оцінка.
12. Політика збуту промислового підприємства.
13. Формування та реалізація стратегії брендингу промисловими підприємствами.
16. Соціально-відповідальний маркетинг на ринку B2B.
18. Формування іміджу промислового підприємства.
19. Маркетингові комунікації на ринку товарів промислового призначення.
20. Поведінка споживачів на ринку B2B та способи їх мотивації.
21. Аналіз конкурентоспроможності підприємства.
22. Інтернет-маркетинг на ринку B2B: сучасний стан, проблеми та перспективи.
23. Організація маркетингу на промисловому підприємстві.
24. Реклама на ринку товарів промислового призначення.
25. Стратегічне планування на промисловому підприємстві. Стратегії зростання підприємства.
26. Сервіс у системі товарної політики промислового підприємства.
27. Цінові стратегії промислових.
28. Організація збутової мережі промислового підприємства.
29. Стимулювання збуту товарів промислового призначення.
30. Управляння інноваціями у маркетинговій товарній політиці.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Використання програмного забезпечення MS EXCEL для обробки та аналізу даних при виконанні курсової роботи.

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	Посилання на сторінку дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця: *https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6950*

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання ґрунтується на принципах об’єктивності, прозорості, гнучкості та високої диференціації. Накопичувальна бально-рейтингова система оцінювання успішності є основним елементом управління навчальним процесом і призначена для регулярного оцінювання якості його результатів; дозволяє здобувачам вищої освіти як автономним і відповідальним суб’єктам освітнього процесу усвідомити необхідність систематичної роботи, своєчасно оцінити стан своєї роботи та вносити корективи, розвивати здібності здобувачів вищої освіти до самооцінки як засобу саморозвитку і самоконтролю.

Мінімальна кількість балів за виконану в повному обсязі курсову роботу – 60 балів.

Максимальна кількість балів за виконану в повному обсязі курсову роботу – 100 балів. Підсумкова оцінка з курсової роботи визначається відповідно до Тимчасового положення «Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою» ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Накопичування рейтингових балів

Види роботи	Мах кількість балів
Оформлення	**10**
Структурна збалансованість розділів /підрозділів	**5**
Якість виконання теоретичного (першого) розділу	**25**
Якість виконання аналітичного (другого) розділу	**30**
Якість виконання проектного (третього) розділу	**20**
Оприлюднений захист	**10**
Максимальна кількість балів	**100**

Політика виконання та захисту курсової роботи

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності – сукупності етичних принципів та визначених Законом України «Про освіту» (від 05.09.2017 р. № 2145-VIII) правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень. У випадку відсутності студента на оголошеному заздалегідь оприлюдненому захисті курсової роботи за поважною причиною – за дозволом, отриманим на кафедрі, студенту надається можливість додаткового захисту курсової роботи за затвердженим кафедрою «Маркетингу» графіком.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів виконання та захисту курсової роботи з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» наведено у Методичних рекомендаціях *(https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6950).*

Силабус затверджено на засіданні кафедри «17» червня 2021 р. Протокол №16.