

**Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»**

**Кафедра маркетингу**

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

завідувач кафедри

Решетілова Т.Б. \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Маркетинг промислового підприємства»**

Галузь знань .....	07 Управління та адміністрування
Спеціальність .....	075 Маркетинг
Освітній рівень.....	бакалавр
Освітня програма .....	Маркетинг
Статус.....	Вибіркова
Загальний обсяг .....	8,5 кредитів ECTS(255годин)
Форма підсумкового контролю .....	іспит
Термін викладання .....	1,2-й семестри
Мова викладання .....	українська

Викладачі: доц. Палєхова Л.Л.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_»\_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_»\_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2019

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» для бакалаврів спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2019. 15 с.

Розробник – Палехова Л.Л.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Робоча програма буде в пригоді для формування змісту підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників кафедр університету.

Погоджено рішенням методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2019).

Рекомендовано до видання редакційною радою НТУ «ДП» (протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2019).

## ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ .....	9
6.1 Шкали .....	9
6.2 Засоби та процедури.....	9
6.3 Критерії.....	11
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	14
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	14

## 1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 075 Маркетинг здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни В1.5 «Маркетинг промислового підприємства» віднесено такі результати навчання:

P7	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
P13	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
P21	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта

**Мета дисципліни** – формування компетентностей щодо використання методів організації маркетингової діяльності і інструментарію проведення маркетингових досліджень на промисловому підприємстві.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

## 2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
P7	P7.1-1.7	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
P13	P13.1-1.6	Демонструвати розуміння особливостей маркетингової діяльності промислового підприємства
	P13.2-1.14	З'ясувати маркетингові фактори, що впливають на конкурентоспроможність суб'єктів ринкової діяльності
P21	P21.1-1.14	Здатність до планування і організації маркетингу в орієнтованому на ринок управлінні промисловим підприємством
	P21.2-1.14	Застосовувати інноваційні підходи щодо здійснення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища

## 3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Ф1, Ф2 Маркетинг	Критично осмислювати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
	Розв'язувати складні задачі і проблеми управління бізнесом, що потребують оновлення та інтеграції знань маркетингу в умовах суперечливих вимог
Ф8 Поведінка споживачів	Аналізувати потреби та мотивацію поведінки покупців на

<b>Назва дисципліни</b>	<b>Здобуті результати навчання</b>
	різних видах ринків

#### 4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	120	50	70	-	-	18	102
практичні	135	50	85	-	-	16	119
лабораторні	-	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	255	100	155	-	-	34	221

#### 5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>120</b>
P7.1-1.4	<b>1 Зміст та етапи розвитку концепції промислового маркетингу</b>	10
	Зміст і завдання маркетингу промислового підприємства	
	Етапи еволюція теорії промислового маркетингу	
	Сучасні концепції промислового маркетингу	
	Принципи і функції маркетингу промислового підприємства	
P7.1-1.4 P13.1-1.6	<b>2 Ринки промислових товарів</b>	10
	Поняття і функції промислового ринку	
	Критерії розподілу ринку на споживчий і промисловий	
	Порівняльна характеристика споживчого та промислового ринків	
	Класифікація та характеристики промислових ринків	
	Оцінка стану та тенденцій розвитку промислового ринку	
	Маркетингові цілі промислового підприємства на ринку	
P7.1-1.4 P13.1-1.6	<b>3 Класифікація промислових товарів для цілей маркетингового дослідження</b>	10
	Класифікаційні категорії промислових товарів	
	Товари, що втрачаються одноразово при використанні у виробничому циклі	
	Товари, що втрачають свій ресурс поступово	
	Послуги виробничого призначення	
	Маркетингова характеристика кожної з груп промислових товарів	
P7.1-1.4 P13.1-1.6	<b>4 Маркетингові дослідження на промисловому ринку</b>	10
	Основні етапи та особливості здійснення маркетингових досліджень на промисловому ринку	
	Джерела та вимоги до маркетингової інформації у дослідженнях промислового ринку.	
	Методи вивчення макро-, мікросередовища і внутрішнього	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<p>середовища промислового підприємства</p> <p>Вивчення моделі поведінки потенційних споживачів</p> <p>Дослідження стану ринку та оцінка виду попиту та пропозиції на ринку.</p> <p>Оцінка інтеграції промислового підприємства в глобальні ланцюжки та мережі створення цінностей.</p>	
P13.1-1.6 P13.2-1.14	<p><b>5 Дослідження конкуренції на промислових ринках</b></p> <p>Сутність, види та методи конкуренції на промислових ринках</p> <p>Фактори конкуренції на світових ринках</p> <p>Фактори конкурентної боротьби на галузевих ринках</p> <p>Розвиток моделі п'ять сил конкуренції по Портеру</p> <p>Оцінка динаміки конкуренції</p> <p>Збір інформації про конкурентів, прогнозування поведінки основних конкурентів</p> <p>Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства</p> <p>Види конкурентних стратегій, їх переваги та недоліки. Оцінка стратегічних альтернатив розвитку</p>	14
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>6 Маркетингова товарна політика промислового підприємства</b></p> <p>Сутність і структура маркетингової товарної політики промислового підприємства</p> <p>Формування товарного асортименту та управління ним</p> <p>Сервіс у системі товарної політики</p> <p>Поняття унікальної товарної пропозиції і промислового бренду</p> <p>Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності товару</p> <p>Види товарних стратегій промислових підприємств</p>	14
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>7 Цінова політика промислового підприємства</b></p> <p>Цілі та особливості політики ціноутворення на промислових ринках</p> <p>Методи ціноутворення на товари промислового призначення</p> <p>Цінові фактори у конкурентній боротьбі на промислових ринках</p> <p>Цінові стратегії промислових підприємств</p> <p>Моделі трансфертного ціноутворення в вертикально інтегрованих структурах</p>	14
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>8 Маркетингова політика розподілу</b></p> <p>Сутність та функції маркетингової політики розподілу товарів промислового призначення</p> <p>Види і характеристика посередників промислового ринку</p> <p>Види каналів збуту промислових товарів</p> <p>Фактори, які впливають на вибір каналів збуту</p> <p>Прямі канали збуту на промисловому ринку, їх різновиди</p>	14
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>9 Комунікаційна політика промислового підприємства</b></p> <p>Система комунікацій у промисловому маркетингу</p> <p>Суть, види і етапи просування промислових товарів на ринок</p> <p>Комплекс маркетингових комунікаційна промисловому ринку</p> <p>Стимулювання збуту товарів виробничого призначення</p> <p>Організація промислових виставок</p>	14

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Особистий продаж на промисловому ринку	
	Оцінка ефективності маркетингових комунікацій	
P13.1-1.6 P21.2-1.14	<b>10 Організація маркетингової діяльності на промисловому підприємстві</b>	10
	Функції, види і способи організації служби маркетингу	
	Неінтегровані та інтегровані маркетингові структури	
	Функціональна структура служби маркетингу	
	Товарна (продуктова) структура служби маркетингу	
	Регіональна структура служби маркетингу	
	Сегментна структура служби маркетингу	
	Матрична (функціонально-товарна) структура	
	Контроль маркетингової діяльності на промисловому підприємстві	
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	135
P7.1-1.4 P13.1-1.6	<b>11 Особливості маркетингового середовища промислового підприємства</b>	10
	Поняття, структура та аналіз зовнішнього середовища промислового підприємства	
	Поняття, структура та аналіз внутрішнього середовища промислового підприємства	
	Взаємодія факторів зовнішнього та внутрішнього середовища промислового підприємства	
	Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом підприємства	
P7.1-1.4 P13.1-1.6	<b>12 Взаємодія учасників промислового ринку у ланцюгах та мережах створення цінностей</b>	16
	Поняття ланцюгів та мереж створення промислового продукту	
	Формування ланцюга цінності за McKinsey	
	Ланцюг створення цінності за Б. Андерсеном	
	Мережевий підхід до формування ланцюга цінності товару	
	Взаємодія учасників промислового ринку у ланцюгах створення цінностей	
	Оцінка інтеграції промислового підприємства в глобальні ланцюжки та мережі створення цінностей	
	Метод оцінки життєвого циклу продукту (LCA) у ланцюгах створення цінностей	
P13.1-1.6 P13.2-1.14	<b>13 Маркетингова характеристика окремих груп промислових товарів</b>	14
	Маркетингова характеристика сировини	
	Маркетингова характеристика матеріалів	
	Маркетингова характеристика комплектуючих матеріалів	
	Маркетингова характеристика виробничого устаткування та обладнання	
	Маркетингова характеристика нерухомості	
	Маркетингова характеристика промислових послуг	
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<b>14 Методика сегментування промислового ринку</b>	14
	Критерії сегментування промислового ринку	
	Процес макро- та мікро сегментування	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<p>Сегментування на основі шуканих вигід</p> <p>«Гніздовий» підхід до сегментації промислових ринків</p> <p>Вертикальне сегментування ринку об'єднання прибутків</p> <p>Аналіз привабливості ринкових сегментів</p> <p>Визначення цільового ринку та стратегічних груп</p> <p>Позиціонування на промислових підприємств</p>	
P13.1-1.6 P13.2-1.14 P21.1-1.14	<p><b>15</b>Визначення ключових компетенцій</p> <p>Аналіз ресурсів та можливостей</p> <p>Співвідношення цілей розвитку, ресурсів та конкурентних позицій на ринку</p> <p>Визначення ключових факторів успіху</p> <p>Матриця визначення місії та ключових компетенцій (МСС)</p> <p>Стратегії використання ключових компетенцій для посилення конкурентних позицій</p>	14
P13.1-1.6 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>16</b>Стандарти забезпечення якості і сталості товару</p> <p>Стандартизація, сертифікація та маркування товару у забезпеченні конкурентоспроможності</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку у товарній політиці промислових підприємств</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку щодо використання лісових ресурсів</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку щодо використання морських ресурсів</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку щодо виробництва та використання ресурсів сільськогосподарського виробництва</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку у гірництві</p> <p>Добровільні стандарти сталого розвитку у ланцюгах постачання (торгівлі)</p>	16
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>17</b> Політика справедливих цін</p> <p>Концепція справедливої ціни (FairPrice) та справедливої вартості (FairValue).</p> <p>Методи оцінки справедливої вартості. Ієрархія справедливої вартості</p> <p>Міжнародний стандарт фінансової звітності. Розкриття інформації про оцінку справедливої вартості</p> <p>Стратегія справедливих цін</p>	14
P13.2-1.14 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<p><b>18</b>Методи і моделі управління товарними запасами в маркетингу</p> <p>Особливості формування збутових запасів</p> <p>Планування та регулювання кількісно - структурних параметрів збутових запасів</p> <p>Система з фіксованим розміром замовлення</p> <p>Система з фіксованою періодичністю замовлення</p> <p>Системи з двома фіксованими рівнями запасів</p> <p>Саморегульовані системи</p>	14
P13.1-1.6 P13.2-1.14 P21.2-1.14	<p><b>19</b> Стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК)</p> <p>Основні складові комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій</p>	13



Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Учасники процесу інтегрованих маркетингових комунікацій	
	Визначення бажаної відповідної реакції маркетингового процесу комунікацій	
	Маркетингові комунікації на основі стандартів підзвітності громадськості	
P13.1-1.6 P21.1-1.14 P21.2-1.14	<b>20 Оцінка переваг та недоліків організаційної структури служби маркетингу</b>	10
	Оцінка рівня маркетингової орієнтації підприємства	
	Оцінка переваг та недоліків різних типів організації служби маркетингу на промисловому підприємстві	
	<b>РАЗОМ</b>	<b>255</b>

## 6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

### 6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) таконвертаційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

#### *Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»*

Рейтингова	Конвертаційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

### 6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 8-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

*Засоби діагностики та процедури оцінювання*

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
практичні	індивідуальні завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
	групові завдання			
	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента

Під час поточного контролю практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних, індивідуальних та групових завдань.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

### 6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де  $a$  – число правильних відповідей та виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;  $m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні та групові завдання, а також комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

#### *Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК*

**Інтегральна компетентність** – здатність до дослідницької, аналітичної і проектної діяльності в сфері управління продажами товарі (послуг) організацій різних видів на різноманітних ринках.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
<b>Знання</b>		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи;	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Виконання завдань містить негрубі помилки або описки	90-94
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності	85-89
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Виконання завдань фрагментарне	70-73
	Виконання завдань демонструє нечіткі уявлення	65-69

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
♦ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей	студента про об'єкт вивчення	
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
<b>Уміння</b>		
♦ розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог; ♦ провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності	Відповідь (виконане завдання характеризує уміння: - виявляти проблеми - формулювати гіпотези - розв'язувати проблеми - оновлювати знання - інтегрувати знання	95-100
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються; ♦ використання іноземних мов у професійній діяльності	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки - наявність логічних власних суджень - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильна структура відповіді (виконаного завдання)</li> <li>- правильність відповідей на запитання</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання</li> <li>- здатність робити висновки та формулювати пропозиції</li> <li>- використання іноземних мов у професійній діяльності</li> </ul>	
	Достатня зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Автономність та відповідальність</i></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди;</li> <li>♦ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання принципів та методів організації діяльності команди;</li> <li>- ефективний розподіл повноважень в структурі команди;</li> <li>- підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини);</li> <li>- стресовитривалість;</li> <li>- саморегуляція;</li> <li>- трудова активність в екстремальних ситуаціях;</li> <li>- високий рівень особистого ставлення до справи;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> <li>- належний рівень фундаментальних знань;</li> <li>- належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок</li> </ul>	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

## 7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання.  
Дистанційна платформа MOODL.

## 8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1 Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. К., 2014. 360 с.

2 Крикавський Є.В., Чухрай Н. Промисловий маркетинг: підручник. 2-ге вид. Львів, 2004. 427 с.

3 Палехова Л.Л. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» для бакалаврів спеціальності 075 Маркетинг (для студентів очної і заочної форм навчання). Д.: НТУ «ДП», 2018. 25 с.

4 Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник. 2-ге вид. К., 2011. 364 с.

5 Павленко А.Ф., Лылык И.В., Палехова Л.Л. Формирование концепции устойчивого маркетинга. *Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография*. 2-изд, пер. и доп. НГУ-БТУ, 2016. С. 293-307.

6 Палехова Л.Л. Проблема интеграции в глобальную цепочку создания стоимости. *Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография*. 2-изд, пер. и доп. НГУ-БТУ, 2016. С. 308-319.

7 Палехова Л.Л. Маркетинг промислового підприємства. Конспект лекцій. *Електронний ресурс*. 2018, 60 с.

8 Палехова Л.Л. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник. 2018, 85 с.

9 Уэбстер Ф. Основы промышленного маркетинга. М., 2005. 416 с.

10 Закон України «Про захист економічної конкуренції». Редакція від 25.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 30.09.2019).

11 Закон України «Про захист прав споживачів». Редакція від 16.07.2019.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 04.09.2019).  
12Господарський кодекс України. Редакція від 07.02.2019. URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 04.09.2019).

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Маркетинг промислового підприємства» для бакалаврів  
спеціальності 075 Маркетинг

Розробник: Людмила Львівна Палехова

Підписано до друку 30.09.2019. Формат 30 × 42/4.  
Папір офсетний. Ризографія. Ум. друк. арк. 1,25.  
Обл.-вид. арк. 1,25. Тираж 100 прим. Зам. \_\_\_\_.

Підготовлено до виходу в світ

у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
4960050, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19