



# МАРКЕТИНГ ХІМІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

## Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

### Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	<i>16 Хімічна інженерія та біоінженерія</i>
Спеціальність	<i>161 Хімічні технології та інженерія</i>
Освітня програма	<i>Хімічні технології неорганічних в'язучих речовин, кераміки, скла та полімерних і композиційних матеріалів</i>
Статус дисципліни	<i>Обов'язкова (нормативна)</i>
Форма навчання	<i>очна(денна)/очна(вечірня)/заочна/дистанційна/змішана</i>
Рік підготовки, семестр	<i>1 курс, осінній / весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>3 кредити</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Модульна контрольна робота, залік</i>
Розклад занять	<i>Раз на тиждень практичне заняття, раз на два тижні лекція</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор : <i>к.т.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Підлісна О.А., (044)204-98-58</i> Практичні: <i>к.т.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Підлісна О.А., (044)204-98-58</i>
Розміщення курсу	Посилання на дистанційний ресурс <a href="https://classroom.google.com/u/1/c/MjY0ODkwODc5MDYw">https://classroom.google.com/u/1/c/MjY0ODkwODc5MDYw</a> Електронний кампус: матеріали до кредитного модулю <a href="http://campus.kpi.ua">http://campus.kpi.ua</a>

### Програма навчальної дисципліни

#### 1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

**Предметом вивчення навчальної дисципліни** є управління ринковою та комерційною діяльністю технологічних виробництв, визначення особливостей управління ресурсами хімічного і біотехнологічного виробництв в умовах конкурентного середовища. Досліджується складна сукупність взаємозв'язків технічних, технологічних, управлінських, ринкових аспектів на ринку проміжного споживання і ринку товарів широкого вжитку. Формування комунікаційного середовища на всіх етапах ланцюжка цінностей від ідеї до утилізації відпрацьованих матеріалів, формування навичок ринкових комунікацій і ділового спілкування.

**Міждисциплінарні зв'язки:** дисципліна «Маркетинг хімічної продукції» базується на фундаментальних, соціально-економічних та професійно-практичних технологічних дисциплінах і є основою техніко-економічного обґрунтування інноваційного розвитку.

Дисципліна «Маркетинг хімічної продукції» відноситься до циклу загальної підготовки магістрів.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Маркетинг як система управління.
2. Основи маркетингових досліджень на ринку товарів проміжного споживання.
3. Аналіз фінансової стійкості суб'єктів господарювання і ефективності маркетингових стратегій.

**Метою освітньої компоненти є формування у студентів компетентності:**

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК02).
- Здатність організовувати і управляти хіміко-технологічними процесами в умовах промислового виробництва та в науково-дослідних лабораторіях з урахуванням соціальних, економічних та екологічних аспектів (ФК02).

**Програмні результати навчання на формування та покращення яких спрямована дисципліна:**

- ПРН3 Організувати свою роботу і роботу колективу в умовах промислового виробництва, проектних підрозділів, науково-дослідних лабораторій, визначати цілі і ефективні способи їх досягнення, мотивувати і навчати персонал.
- ПРН 5. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення і презентації результатів професійної діяльності, досліджень та проектів.
- ПРН 6. Розробляти та реалізовувати проекти в сфері хімічних технологій та дотичні до неї міждисциплінарні проекти з урахуванням соціальних, економічних, екологічних та правових аспектів.

**2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)**

<i>Перелік дисциплін, або знань та умінь, володіння якими необхідні здобувачу вищої освіти для успішного засвоєння дисципліни</i>	<i>Перелік дисциплін, які базуються на результатах навчання з даної дисципліни</i>
<i>Вивчається на основі ступеня бакалавра</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Переддипломна практика</i></li> <li>• <i>Виконання магістерської дисертації</i></li> </ul>

### 3. Зміст навчальної дисципліни

#### **Змістовий модуль 1. Маркетинг як система управління.**

Основні поняття і принципи.

Система маркетингу.

Особливості маркетингу товарів, робіт, послуг.

#### **Змістовий модуль 2 Основи маркетингових досліджень на ринку товарів проміжного споживання.**

Державне регулювання конкуренції

Формування конкурентних переваг.

Експертні методи оцінки конкурентоспроможності хімічної продукції

Базові методи ціноутворення

Методи ціноутворення на роботи, товари, послуги.

Договірна діяльність хімічних підприємств.

Рекламна діяльність хімічних підприємств.

Особливості стратегій просування хімічної продукції.

Стратегії маркетингу

Системи розповсюдження товару залежно від його класифікаційних ознак.

План маркетингу на виробничому підприємстві

Ризики та страхування маркетингової діяльності

#### **Змістовий модуль 3. Аналіз фінансової стійкості виробничих підприємств і ефективності маркетингових стратегій.**

Вибір напрямку інновацій за показниками фінансової стійкості.

Бюджетування. Управління витратами.

Ціноутворення і шляхи регулювання ціни.

Оподаткування діяльності суб'єктів господарювання.

### 4. Навчальні матеріали та ресурси

Основні джерела:

- a) *Основи виробничого підприємництва: Навчальний посібник / під ред. Підлісної О.А., Янкового В.В. –К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», НТУУ «КПІ», 2010. –287 с*
- b) *Філіп Котлер. Маркетинг 4.0 Від традиційного до цифрового /Філіп Котлер, Гермаван Катаржая, Іван Сетьяван, переклад під ред. В. Олександро/: - КМ-Букс, 2019. – 208 с.*
- c) *Підлісна, О. А. Розроблення стартап-проекту. Практикум [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студентів спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та спеціальності 161 «Хімічні технології та інженерія» / О. А. Підлісна, Ю. В. Тюленєва ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 836,93 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 46 с. – Назва з екрана. - <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/28628>*
- d) *У.Чан Кім, Рене Моборн. Стратегія блакитного океану. Як створити безмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. ISBN: 978-617-12-2217-5,978-617-12-2218-2,978-617-12-1640-2, 2015, 282 с. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://findbook.in.ua/books/strategiehii-blakitnogho-okieanu-ia-k-stvoriti-biezkhmarnii-rinkovii-prostir->*

- е) *Основи підприємницької діяльності [Електронний ресурс] : підручник / В. М. Марченко, С. О. Тульчинська, І. В. Макалюк [та ін] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. – Електронні тестові дані ( 1 файл: 6,29 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 516 с. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/51563>*

Додаткові джерела:

- а) *Господарський Кодекс України//Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>*
- б) *Податковий Кодекс України//Режим доступу <http://sts.gov.ua/nk/>*
- с) *Цивільний Кодекс України //Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>*
- д) *Практичні завдання з навчальної дисципліни "Управління процесом розробки й освоєння виробництва нових продуктів" для студентів спеціальності 8.03060102 "Менеджмент інноваційної діяльності" денної форми навчання [Текст] / Харк. нац. екон. ун-т ; [уклад.: Разінкова В. П.]. - Х. : Вид-во ХНЕУ, 2012. - 27 с. : табл. - Бібліогр.: с. 24-26. - 50 экз.*
- е) *Економіка підприємства: Навчальний посібник / за заг. ред. П.В. Круша, В.І. Плдвігіної, Б.М. Сердюка. – К.: Ельга-Н, КНТ, 2007. – 780 с. – Бібліогр. у кінці тем – 1000 пр. – ISBN 966-373-205-9.*
- ф) *Steve Minett (2011). "B2B Marketing: A Radically Different Approach for Business-to-Business Marketers" / Financial Times Prentice Hall; - 250 p. ISBN 978-0273654254*
- г) *Niraj Dawar (2013). "Tilt: Shifting Your Strategy from Products to Customers" / Harvard Baseness Review Press, - 240 p.*

## Навчальний контент

### 5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1. Маркетинг як система управління.</b>												
Тема 1. Предмет і завдання дисципліни	2	-	-	-	-	2	2	-	-			2
Тема 2. Основні поняття і принципи	4	1	1	-	-	2	2,5	0,5	-			2
Тема 3. Система маркетингу	6	2	2	-	-	2	5,5	0,5	1			4
Тема 4. Особливості маркетингу товарів, робіт, послуг	5	1	2	-	-	2	7	-	1			6
Разом за змістовим	17	4	5	-	-	8	17	1	2			14

модулем 1												
<b>Змістовий модуль 2. Основи маркетингових досліджень на ринку товарів проміжного споживання.</b>												
Тема 1. Державне регулювання конкуренції	3	1	1	-	-	1	4	-	-			4
Тема 2. Формування конкурентних переваг	3	-	1	-	-	2	4,5	0,5-	-			4
<b>Тема 3.</b> Експертні методи оцінки конкурентоспроможності хімічної продукції	5	2	2	-	-	1	4,5		0,5			4
<b>Тема 4.</b> Методи ціноутворення на роботи, товари, послуги	3,5	0,5	2	-	-	1	4	-	-			4
Тема 5. Договірна діяльність хімічних підприємств	4	1	2			1	5	0,5	0,5			4
Тема 6 . Рекламна діяльність хімічних підприємств	5	1	2			1	4,5		0,5			4
Тема 7. Особливості стратегій просування хімічної продукції	3,5	0,5	2			1	4					4
Тема 8. План маркетингу на виробничому підприємстві	4	1	2			1	5	0,5	0,5			4
Тема 9. Ризики та страхування підприємницької діяльності	4	1	2			1	5,5	0,5	1			4
Разом за змістовим модулем 2	35	8	16	-	-	10	41	2	3			36
<b>Змістовий модуль 3. Аналіз фінансової стійкості виробничих підприємств і ефективності маркетингових стратегій..</b>												
<b>Тема 1.</b> Вибір напрямку інновацій за показниками	8	2	4	-	-	2	5,5	0,5	1			4

фінансової стійкості												
Тема 2. Бюджетування як метод управління витратами.	8	2	4	-	-	2	5,5	0,5	1			4
Тема 3. Ціноутворення і шляхи регулювання ціни	7	1	4	-	-	2	5		1			4
Тема 4. Оподаткування діяльності суб'єктів господарювання	6	1	3			2	4					4
Разом за змістовим модулем 3	29	6	15	-	-	8	20	1	3			16
ІНДЗ	10	-	-	-	4	6	12	-	-	-	6	6
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>32</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>8</b>		<b>6</b>	<b>72</b>

*Під час практичних занять у вигляді диспутів засвоюється теоретичний матеріал. Практичні навички управління студенти набувають під час ділових ігор і симуляцій.*

*Як індивідуальне семестрове завдання студенти виконують підготовку до формалізації системи маркетингових заходів для виведення об'єкту за темою магістерської дисертації на ринок шляхом визначення його конкурентних позицій.*

## **6. Самостійна робота студента/аспіранта**

*Основними видами самостійної роботи студентів є опрацювання законодавчих актів і нормативів для формалізації галузевої ринкової діяльності. Також під час підготовки до практичних занять студенти опрацюють і креативно індивідуалізують отримані знання. Проводять пошук статистичної і ринкової інформації, формують прогнози на їх підставі. Систематизують матеріали до виконання фінансового аналізу та оцінки ринкової перспективи об'єкту за темою магістерської дисертації у терміни часу, які на це відводяться.*

## **Політика та контроль**

### **7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)**

*Система вимог, які викладач ставить перед студентом/аспірантом:*

- *Лекції та практичні заняття є допомогою студенту в освоєнні матеріалу дисципліни. Студент за згодою викладача може взяти на себе відповідальність за самостійне вивчення теоретичного матеріалу і підготовку до залікової роботи на основі списку основної і додаткової літератури;*
- *Активність студента на практичних заняттях оцінюється балами відповідно до PCO;*
- *Для отримання додаткових балів студент має можливість самостійно або за допомогою викладача підготувати матеріали за темами дисципліни і профілем підготовки до міжнародних і вітчизняних конференцій або підготувати наукову*

роботу до публікації у вигляді наукової статті. Оцінка наукової складової підготовки магістра відбувається у балах відповідно до РСО;

- Для закріплення отриманих знань, опрацювання умінь і навичок студенти виконують індивідуальну семестрову роботу за матеріалами дисципліни відповідно до тем їх магістерських дисертації. Захист робіт відбувається публічно. Оцінка – відповідно до РСО;
- Штрафні бали не нараховуються;
- РСО передбачено три варіанти набору студентом балів для доведення компетентності за матеріалами дисципліни;
- Індивідуальні роботи студентів, які порушують правила академічної доброчесності, не перевіряються викладачем і не зараховуються до рейтингової оцінки;
- Перескладання семестрової оцінки відбувається відповідно до Правил КПІ ім. Ігоря Сікорського.

#### **8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (РСО)**

**Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:**

- a) відповіді на практичних заняттях (3 відповіді кожного студента в середньому (за умови, що на одному занятті опитано 5 студента при максимальній чисельності групи 20 осіб;  $15\text{пр.} * 5\text{ст.}$ ) / 20 ст. = 4 відповіді
- b) виконання домашніх завдань за матеріалами практичних занять (11 пр)
- c) підготовку публічних дискусій за темами дисципліни, які мають проблемний характер;
- d) робота в команді під час ділових ігор
- e) виконану індивідуальну самостійну роботу і захищену у вигляді презентаційної доповіді проблемного характеру за темою магістерського дослідження

##### **a). Відповіді на практичних заняттях**

Ваговий бал -5. Всього 6 балів ( $5_6 * 4 \text{ відп} = 20_6$ ).

Критерії оцінювання:

«відмінно» - 5 балів – відповіді на основні та додаткові запитання повні, вичерпні, обґрунтовані; студент аргументовано дискутує, здатен генерувати креативні погляди на проблемні ситуації;

«добре», «задовільно», «достатньо» - 4-3-2 бали – студент знайшов правильну відповідь в результаті колективного аналізу питання;

«незадовільно» -1- 0 балів – студент намагався взяти участь у роботі, але відповідь на основне запитання відсутня.

##### **b). Виконання домашніх завдань за матеріалами практичних занять**

Ваговий бал 8.

Всього  $11\text{пр} * 8 = 88$  балів

Завдання може бути одним, або складатися з двох частин, кожна по 4 бали.

Студент виконує домашнє завдання, адаптуючи саме завдання до власної теми магістерського дослідження (або іншої самостійно обраної теми, єдиної наскрізної для всіх домашніх завдань).

Критерії оцінювання домашнього завдання визначаються для кожного завдання і надаються разом із завданням.

Узагальнені критерії оцінювання:

«відмінно» - максимальна оцінка за роботу (8 чи 4 бали залежно від того, чи робота є єдиним завданням, чи сформована з двох частин);

«незадовільно» - 0 балів – робота відсутня.

**с). Підготовка публічних дискусій за темами дисципліни, які мають проблемний характер;**

Ваговий бал – 10.

Всього  $1 \cdot 10 = 10$  балів.

Студент самостійно або за допомогою викладача обирає тему проблемного характеру, готує матеріали, залучає учасників до дискусії, організовує і проводить її. Максимальна тривалість дискусійного процесу – до 45 хвилин.

Узагальнені критерії оцінювання:

«відмінно» - максимальна оцінка 10 балів: студент опанував матеріал, володіє аргументами, здатен організувати публічну дискусію за правилами їх проведення;

«незадовільно» - 0 балів – робота не виконана.

**d). Робота в команді під час ділових ігор**

Ваговий бал – 7 Кількість ділових ігор і ситуаційних вправ 2 за семестр. Максимальна кількість балів за ділові ігри дорівнює 14 балів.

Критерії оцінювання:

«відмінно» - 7 балів – виконані всі поставлені завдання, виявлено лідера команди, активна робота команди;

«добре» - 6-5-4 бали – виконані всі поставлені завдання, але з певними неточностями та незначними помилками, виявлено лідера команди, активна робота команди;

«задовільно» - 3-2-1 бал – виконано 60% завдань, виявлено лідера, пасивна робота команди;

«незадовільно» - 0 балів - виконано менше 60% завдань, пасивна робота команди.

**e). Виконання модульної контрольної роботи як індивідуальної семестрової роботи та захист її:**

Ваговий бал – 60, в т.ч.:

a. виконання індивідуальної семестрової роботи – 25 балів,

b. захист індивідуальної семестрової роботи – 35 балів.

Критерії оцінювання виконання ІСР:

«відмінно» - 25-22 балів – робота подана на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, вірно розв'язані задачі;

«добре» - 21-17 балів – робота подана на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, присутні неточності у теоретичних завданнях або розрахункові помилки в задачах;

«задовільно» - 16-10 балів – робота подана на перевірку вчасно, за сутністю повністю відповідає завданню, робота містить правильні відповіді на теоретичні завдання і не повний розв'язок практичного завдання;

«незадовільно» - 9-0 балів – робота відсутня або студент не володіє матеріалом;

за несвоєчасну здачу ІСР без поважної причини – до «-5» балів

Критерії оцінювання захисту ІСР:

«відмінно» - 35-32 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, розкриті теоретичні та практичні аспекти, доповідь містить



критичний аналіз маркетингових інструментів і техніко-економічних показників, високий рівень презентації, повні відповіді на додаткові запитання;

«добре» - 31-26 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, в доповіді містяться деякі неточності або є питання до структуризації доповіді, відсутні висновки за результатами роботи, неповні відповіді на додаткові запитання;

«задовільно» - 25-20 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі;

19-0 балів - доповідь відбувається не за календарним планом, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі.

Заохочувальні бали (загальною кількістю до 10 балів) за:

- участь у конференції з дисципліни, написання тез + до 5 балів за кожен вид активності;
- написання наукової статті з дисципліни + до 10 балів;
- зарахування сертифікатів і свідоцтв освітніх платформ за напрямом дисципліни + min 10 балів.

Максимальна сума балів за семестр складає 100. **Необхідною умовою допуску до заліку є семестровий рейтинг студента не менше 40 балів.** Для отримання заліку з навчальної дисципліни модуля «автоматом» потрібно мати рейтинг не менше 60 балів. Запропонована РСО дозволяє студенту самостійно обрати траєкторію навчання, обрати і виконати завдання, які дозволять йому опанувати обрані компетенції і досягнути визначеної мети. Наприклад:

$$R_c = 20 + 88 \approx 100$$

$$R_c = 20 + 10 + 14 + 60 \approx 100$$

$$R_c = 60 + 10 + 14 + \text{додаткові бали} \approx 100$$

Студенти, які наприкінці семестру мають рейтинг менше 60 балів, а також ті, хто хоче підвищити оцінку в системі ECTS, виконують залікову контрольну роботу.

Завдання залікової контрольної роботи складається з двох питань (теоретичне і аналітичне) різних розділів робочої програми та задачі. Додаткове питання з тем практичних занять отримують студенти, які не брали участі у роботі певного практичного заняття. Незадовільна відповідь з додаткового питання знижує загальну оцінку на 5 бали.

Питання контрольної роботи оцінюють у 40 балів і задача оцінюється у 60 балів відповідно до системи оцінювання:

- «відмінно», повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації) або правильно розв'язана задача – 60-58 балів;; 40-37 балів
- «добре», достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації або незначні неточності) або є незначні неточності при розв'язуванні задачі – 57-45 балів;; 37-30 балів
- «задовільно», неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації та деякі помилки) або задача розв'язана частково невірно – 36-34 балів;; 29-26 балів
- «незадовільно», незадовільна відповідь, не розв'язана задача – 0 балів.

**Сума балів за залікову роботу переводиться до залікової оцінки згідно з таблицею:**

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

#### **9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)**

- *студентам надається можливість зарахування сертифікатів проходження дистанційних чи онлайн курсів за відповідною тематикою;*
- *вивчення дисципліни має прикладний характер і є основою виведення на ринок продукту за темою магістерського дослідження.*

#### **Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):**

**Складено** доцентом кафедри економіки і підприємництва, к.т.н. Підлісною О.А.

**Погоджено** Методичною комісією факультету (протокол № 9 від 25 травня 2023 р.).

**Ухвалено** кафедрою хімічної технології композиційних матеріалів (протокол № 22 від 20.06.2023 р.).