



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
Навчально-науковий інститут екологічної економіки і менеджменту

Кафедра менеджменту та маркетингу

СИЛАБУС
навчальної дисципліни “Маркетинг підприємств лісового комплексу”

1. Загальна інформація	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	16 Хімічна інженерія та біоінженерія
Спеціальність	161 Хімічні технології та інженерія
Освітньо-професійна програма (ОПП)	Хімічні технології переробки деревини
2. Інформація про викладачів навчальної дисципліни	
Прізвище, ім'я та по батькові, посада, науковий ступінь	Кульчицька Евеліна Антоніївна, доцент, к.е.н.
Сторінка кафедри	https://mm.nltu.edu.ua/
E-mail викладача	evelina@nltu.edu.ua
3. Характеристика навчальної дисципліни	
Вид дисципліни	Вибіркова компонента циклу професійної підготовки
Обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Семестр навчання	8-ий семестр (4-ий курс) – для денної форми; 7-8-ий семестри (4-ий курс) – для заочної форми
Методи навчання	Лекції, практичні заняття, самостійна робота, виконання завдань в групах, консультації
Методи контролю	Поточний та модульний контролю, залік.
Мета, завдання і результати вивчення дисципліни	<p>Мета навчальної дисципліни – опанування особливостями дослідження ринків продукції лісових, деревообробних і меблевих підприємств та формування їх комплексу маркетингу, формування та прогнозування попиту на продукцію галузевих підприємств.</p> <p>Завдання навчальної дисципліни – підготовка професійно компетентного бакалавра, який вміє адаптувати отримані знання та приймати кваліфіковані рішення щодо стратегічного та тактичного планування маркетингової діяльності галузевих підприємств.</p> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:</p> <p>знати: особливості дослідження ринків і маркетингове планування лісових, деревообробних та меблевих підприємств в Україні, тенденції їх розвитку; порядок формування попиту <i>на екологічно чисту продукцію</i>; планування номенклатури та асортименту, просування та стимулювання збуту продукції галузевих підприємств; шляхи продовження її життєвого циклу з урахуванням умов сталого розвитку;</p> <p>вміти: вміти розробити стратегічні і тактичні маркетингові плани; організовувати і проводити маркетингові дослідження ринків та товарів продукції галузевих підприємств у відповідності з її особливостями; робити кваліфікаційні висновки; планувати і прогнозувати основні напрямки і тенденції розвитку ринків лісопродукції і меблів на основі зміни попиту та запитів споживачів; обирати ефективні шляхи диверсифікації виробництва; формувати попит <i>на екологічно чисті товари</i> тощо.</p>

Структура дисципліни	<p>Змістовий модуль 1. Промисловий маркетинг та особливості ринку лісопродукції.</p> <p>Тема 1. Сутність, принципи, завдання та особливості розвитку промислового маркетингу.</p> <p>Тема 2. Учасники ринку лісопродукції та особливості поведінки покупців товарів промислового призначення.</p> <p>Тема 3. Маркетингові дослідження в діяльності промислового підприємства.</p> <p>Тема 4. Методи захисту маркетингової інформації.</p> <p>Тема 5. Сегментація ринку і позиціонування товару промисловим підприємством.</p> <p>Змістовий модуль 2. Стратегічне планування маркетингової діяльності.</p> <p>Тема 6. Формування товарної стратегії підприємств лісового сектору.</p> <p>Тема 7. Особливості ціноутворення на ринках підприємств лісового сектору.</p> <p>Тема 8. Формування збутово-розподільчої системи промислового підприємства.</p> <p>Тема 9. Формування комунікаційної стратегії підприємств лісового сектору</p> <p>Тема 10. Організація, планування та контроль маркетингової діяльності на підприємстві.</p>
4. Організація навчання і контролю	
Проведення занять та консультацій	Аудиторні заняття проводяться за розкладом відповідної групи у вказаних аудиторіях і лабораторіях. Відвідування занять є обов'язковим. За пропуски занять з поважних причин надаються підтверджуючі документи. Консультування проводиться за узгодженням з викладачем.
Допуск до підсумкового контролю	Мінімальна кількість балів для допуску до заліку (екзамену) – 26 балів.
Система оцінювання	Поточний контроль – до 40 балів за семестр; модульний контроль – до 60 балів за семестр; заліковий контроль – до 60 балів; семестрова оцінка – до 100 балів (сума балів за поточний та заліковий контролю).
Шкала та критерії оцінювання	https://drive.google.com/file/d/1Ubh_CWNsKRh-nil0zwmVwxzWP1KePGEK/view
Академічна доброчесність	https://drive.google.com/file/d/1p4cHLxQWt7tpYjvOhlmsvNzu6mMPQLgs/view
5. Літературні та інформаційні джерела	
Основна література	<ol style="list-style-type: none"> Бойчук І. В., Дмитрів І. В. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 360с. Маркетингові дослідження: Підручник / Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
Допоміжна література	<ol style="list-style-type: none"> Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с. Вічевич А.М., Вайданич Т.В. Конспект лекцій з маркетингу (2 видання). Львів: НЛТУ України, 2021. 196 с. Вічевич А.М. Маркетинг: Навчальний посібник. Львів: НЛТУ, 2013. 196 с.
Методичне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> Кульчицька Е.А., Юрків Н.М. Методичні вказівки для проведення практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг підприємств лісового комплексу». Львів: НЛТУ України, 2021. 45 с. Кульчицька Е.А., Юрків Н.М. Маркетинг підприємств лісового комплексу. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи студентів заочної форми навчання. Львів: РВВ НЛТУ України, 2018. 48 с.
Інформаційні ресурси	<ol style="list-style-type: none"> Віртуальне навчальне середовище НЛТУ України. URL: http://vee.nltu.edu.ua/ Науково-технічна бібліотека НЛТУ України. URL: https://library.nltu.edu.ua/

© Кульчицька Е.А., 2023

© НЛТУ України, 2023