



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТОРГОВЕЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Нікульча Валентин Анатолійович, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/nikulcha-valentyn-anatoliiovych/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	v.nikulcha@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3505
Консультації	понеділок та середа з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Торговельний маркетинг» забезпечує набуття навичок адаптації та застосування маркетингового інструментарію підприємствами роздрібною торгівлі, орієнтованого на формування лояльності покупців. Актуальність курсу обумовлюється сучасним досвідом функціонування ринкового механізму, який засвідчує, що торговельні посередницькі та оптові компанії в більшості випадків здійснюють збутові функції краще за виробника, оскільки мають усталені зв'язки з роздрібною торгівлею, а також налагоджену складську і транспортну базу. В умовах якісно нової ситуації розвитку ринкових відносин в Україні посилюється необхідність вивчення методології застосування маркетингового інструментарію у практиці торговельних підприємств та систематизації знань та вмінь майбутніх фахівців у галузі торговельного маркетингу.

Кількість зарахованих на курс – від 15 до 20 студентів.

Мета навчальної дисципліни «Торговельний маркетинг»: ознайомлення майбутніх фахівців з особливостями формування та функціонування елементів маркетингового комплексу в торговельній сфері та принципами застосування сучасних маркетингових методів в системі ефективного управління торговельних підприємств, сприяти оволодінню

студентами основних механізмів реалізації маркетингової функції у торговельній сфері.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Сутнісна характеристика торговельного маркетингу
Тема 2. Формати закладів у торговельному маркетингу
Тема 3. Маркетинг роздрібних торговельних мереж
Тема 4. Маркетингові дослідження в торгівлі
Тема 5. Товарна політика торговельного підприємства
Тема 6. Цінова політика торговельного підприємства
Тема 7. Збутова політика торговельного підприємства
Тема 8. Комунікаційна політика торговельного підприємства
Тема 9. Додаткові елементи комплексу маркетингу в торгівлі
Тема 10. Управління поведінкою покупців інструментами мерчандайзингу
Тема 11. Управління лояльністю споживачів

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

MН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
MН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .
MН3 – ділові ігри.
MН4 – проєктні завдання (індивідуальні та командні проєкти).
MН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).
MН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.
MН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.
MН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.
MН10 – реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.
МО3 – аналітичні звіти, реферати.
МО4 – презентації результатів виконання завдань.
МО5 – презентація творчих завдань
МО6 – командні результати ділових ігор.
МО7 – командні результати проєктних завдань.
МО9 – підсумковий контроль – Екзамен.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023-plusdodatky-31102023.pdf>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України. URL : <http://www.zet.in.ua>
2. Міжнародна торгова організація. URL : <https://iccwbo.org/>
3. Курс «Цифровий маркетинг і електронна комерція від Google». URL: https://www.coursera.org/professional-certificates/google-digital-marketing-ecommerce-ua?utm_medium=sem&utm_source=gg&utm_campaign=B2C_EMEA__coursera_FTCOF_courseraplus&campaignid=20858197888&adgroupid=156245795749&device=c&keyword=coursera&matchtype=e&network=g&devicemodel=&adposition=&creativeid=692160334961&hide_mobile_promo=&term=%7Bterm%7D&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw59q2BhBOEiwAKc0ijXOzASFTn2-kEH37FCwKzMtyZMcIjB73nJl0zGLEb1I49_bCqnaHRoCnJoQAvD_BwE
4. Курс «Майданчики електронної комерції в ЄС». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+ECOM101+2024_T2
5. Офіс з розвитку підприємництва та експорту України. URL : <https://epo.org.ua>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL : <http://www.me.gov.ua/>.
8. Портал PROZORRO. URL : <https://prozorro.gov.ua/>
9. Ритейл в Україні: інформаційний ресурс про український ринок роздрібної торгівлі. URL : <https://ua-retail.com>
10. Торгово-промислова палата України. URL : <https://uccr.org.ua/>