

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами

СИЛАБУС

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ / INDUSTRIAL MARKETING

Інформація про викладача	
Викладач	Громова Ольга
Науковий ступінь	Доктор економічних наук
Вчене звання	Професор
Посада	Професор кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	Вінниця, вул. Соборна, буд. 87, корп.1, каб. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
E-mail:	o.hromova@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=146
Інформація про освітній компонент	
Статус компонента	Вибірковий
Освітній ступінь	Бакалавр
Навчальний рік	2026/2027
Анотація курсу	Мета вивчення освітнього компонента «Індустріальний маркетинг» полягає в розвитку економічного мислення здобувачами вищої освіти, глибокого комплексного розуміння проблем маркетингової діяльності промислового підприємства та опанування навичок їх практичного вирішення.
Мова викладання	Українська
Результати навчання	Аналізувати маркетингову діяльність промислових підприємств в сучасних еволюційних умовах; здійснювати процес планування маркетингової діяльності промислових підприємств; застосовувати методичний інструментарій вирішення маркетингових проблем промислових підприємств; використовувати методи оцінки ефективності та наслідків здійснення маркетингових рішень.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	самостійна робота студентів		
Тема 1. Сутність і роль індустріального маркетингу в ринковій економіці	18	4	4	10	В, Д, П	10
Тема 2. Промислові та споживчі товари	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 3. Ринок і ринкові відносини	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 4. Мотиви покупців товарів промислового призначення	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 5. Структура затрат покупців	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 6. Дослідження ринку товарів промислового призначення в сучасних умовах та їх особливості	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 7. Дослідження кон'юнктури ринку та її впливу на маркетингову діяльність індустріальних підприємств	18	4	4	10	В, РМГ, РПЗ, КТ	10
Тема 8. Управління та планування маркетингу індустріального підприємства	27	6	6	15		15
Тема 8.1 Формування цілей індустріального підприємства.	9	2	2	5	В, Д, П	5
Тема 8.2 Бізнес-план маркетингової діяльності.	9	2	2	5	В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 8.3 Маркетингова діяльність і бюджет, його зміст і планування на промисловому підприємстві	9	2	2	5	В, Д, П	5
Індивідуальні завдання	27			27	ІЗ	15
Разом	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

РПЗ – розв'язання практичних завдань – 2 бали.

КТ – комп'ютерне тестування – 1 бал.

Д – доповідь – 2 бали.

П – презентація – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 10 балів).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

Критерії оцінювання відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».

Основні літературні та інформаційні джерела	1. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с. 2. Polishchuk I., Dovhan Yu., Hromova O., Dovhan L., Hnydiuk I. <i>Tools for Marketing Management of the Innovation and Investment Activity. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice</i>. 2022. Vol. 2 (43). P. 228–237. 3. Громова О. Є. Стратегічне управління конкурентоздатністю підприємства: маркетингові аспекти формування : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2020. 350 с. 4. Tanasiichuk, A., Hromova, O., Abdullaieva, A., Holovchuk, Y. & Sokoliuk, K. (2019). Influence of Transformational Economic Processes on Marketing Management by an International Diversified Conglomerate Enterprise. <i>European Journal of Sustainable Development</i>, 8(3), 448-454. https://doi.org:10.14207/ejsd.2019.v8n3p448. 5. Громова О., Нижник В., Шарко В. Формування маркетингово-логістичної служби промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 5. Т.1. С. 12–17. http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/11114
Політика освітнього компонента	
Організація навчання	Організація навчального процесу здійснюється відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти». Розроблено завдання для практичних занять з курсу, при викладанні застосовуються сучасні методи навчання; при виконанні завдань використовується автоматизована система управління навчанням MOODLE, передбачено виконання ситуаційних завдань та самостійної роботи. Зараховуються результати неформальної освіти.
Інтеграція ІІІ в освітній процес	<i>Інтеграція ІІІ в освітній процес здійснюється відповідно до Політики застосування штучного інтелекту (ІІІ). Згідно пункту 3. Політики застосування штучного інтелекту (ІІІ) правила для здобувачів:</i> 1. Планування та генерація ідей Використання ІІІ для мозкового штурму, пошуку нових ідей при підготовці доповідей, презентацій, наукових робіт (з обов’язковим додаванням у запит посилань на україномовні джерела за тематикою дослідження). Створення кількох варіантів структури або плану роботи для подальшого власного вибору та опрацювання. 2. Допомога в дослідженнях Узагальнення великих наукових статей або звітів для швидкого розуміння їхньої суті. Важливо: це не замінює необхідності самостійного прочитання та критичного аналізу ключових джерел. Пошук релевантної літератури або джерел (з обов’язковою подальшою перевіркою їх існування та достовірності, оскільки ІІІ може вигадувати джерела). 3. Покращення власного тексту. Перевірка граматики, орфографії та пунктуації у власноруч написаному тексті. Перефразування власних складних речень для покращення ясності та стилю. Переклад фрагментів тексту з іноземних джерел з обов’язковим подальшим редагуванням, оскільки автоматичний переклад часто буває неточним. Заборонене використання ІІІ (що вважається порушенням академічної доброчесності) Наступні дії є суворо забороненими і розглядаються як грубе порушення принципів академічної доброчесності, що прирівнюється до плагіату та академічного шахрайства: 1. Пряме копіювання (Плагіат) Подання тексту, повністю або значною мірою згенерованого ІІІ, як власної, оригінальної роботи. 2. Використання під час контрольних заходів Будь-яке використання інструментів ІІІ під час іспиту, тестів (включаючи онлайн-

	тестування), якщо це не було прямо та письмово дозволено науково-педагогічним працівником для конкретного завдання. 3. Фальсифікація та вигадкування Використання ІІІ для створення фальшивих даних, неіснуючих посилань на літературу, фейкових цитат чи результатів досліджень. 4. Делегування ключових завдань Перекладання на ІІІ основного аналітичного чи творчого завдання роботи. Наприклад, замість самостійного аналізу ринкової ситуації здобувач дає ІІІ запит: «Проаналізуй ринок логістичних послуг в Україні та напиши висновки», а потім подає отриманий текст як результат власного аналізу. Вимоги до декларування та цитування Прозорість є ключовим елементом відповідального використання ІІІ. 1. Обов'язок декларування Здобувач зобов'язаний декларувати факт використання інструментів генеративного ІІІ у всіх письмових роботах, що підлягають оцінюванню. Виняток: декларування не вимагається для базових завдань, як-от перевірка орфографії чи граматики за допомогою вбудованих редакторів (наприклад, в MS Word). 2. Пріоритет вимог науково-педагогічного працівника Науково-педагогічний працівник має право встановити власні, більш деталізовані правила використання та декларування ІІІ в межах своєї дисципліни. Ці вимоги, зазначені в силабусі курсу, є пріоритетними. 3. Формат декларації Декларація має бути розміщена у вступі до роботи або в окремому параграфі «Декларація про використання ІІІ» в кінці роботи (перед списком літератури). Декларація повинна містити: назву інструменту та компанію-розробника (наприклад, ChatGPT від OpenAI, Gemini від Google); чіткий перелік завдань, для яких використовувався ІІІ; підтвердження, що здобувач несе повну відповідальність за фінальний зміст роботи. Приклад повної декларації: Декларація про використання ІІІ Під час підготовки цієї наукової роботи було використано інструмент ChatGPT-4 (OpenAI). Його було застосовано для таких допоміжних завдань: генерація ідей для структури роботи на етапі планування; перефразування трьох речень у розділі 2 для покращення стилістики; генерація базового шаблону для SWOT-аналізу, який був згодом самостійно заповнений та проаналізований. Весь основний текст, аналіз, інтерпретація даних та висновки є результатом моєї власної інтелектуальної праці. Я перевіряв(ла) всю інформацію, отриману від ІІІ, на точність та достовірність і несу повну відповідальність за зміст цієї роботи
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі маркетингу та реклами щопонеділка з 12.00 год. до 16.00 год., щочетверга – з 10.00 год. до 16.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
Допуск до підсумкового контролю	Підсумковий контроль-екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену. Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами

	поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені). Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти».
Академічна доброчесність	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти. Політика застосування штучного інтелекту (ШІ). Під час роботи над індивідуальними завданнями та проєктами не припустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими оригінальними.
Інші складові політики компонента	Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами протокол від 19.01.2026, № 01

Науково-педагогічний працівник

Ольга ГРОМОВА

Завідувач кафедри

Ірина ПОЛІЩУК