

**Силабус
навчальної дисципліни**

Назва дисципліни	Моніторинг та конкурентоздатність сучасних матеріалів
Шифр та назва спеціальності	132 – Матеріалознавство
Назва освітньої програми	Прикладне матеріалознавство
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС (90 академічних годин)
Терміни вивчення дисципліни	1 семестр (I – II чверті)
Назва кафедри, яка викладає дисципліну	Матеріалознавства ім. Ю.М. Тарана
Провідний викладач (лектор)	Доц., канд. техн. наук Котова Тетяна Володимирівна E-mail: tatyana.kotova.1805@gmail.com , кімн. 220
Мова викладання	Українська
Передумови вивчення дисципліни	Вивченню дисципліни має передувати вивчення дисциплін: <ul style="list-style-type: none"> - Залізобуглецеві сплави; - Матеріалознавство кольорових та рідкоземельних металів та сплавів; - Леговані та спеціальні сталі і сплави
Мета навчальної дисципліни	Навчити майбутніх спеціалістів методичним основам маркетингової діяльності при виробництві сучасних матеріалів, сформувати знання, навички і вміння, необхідні в практичній діяльності
Компетентності, формування яких забезпечує навчальна дисципліна	ФКН3. Здатність застосовувати системний підхід до вирішення інженерних проблем. ФКН4. Здатність застосовувати і інтегрувати знання і розуміння міждисциплінарного інженерного контексту і його основних принципів.
Програмні результати навчання	В результаті вивчення дисципліни студент повинен знати: <ul style="list-style-type: none"> - суть, задачі, принципи, функції, характеристики маркетингу; складові елементи маркетингової діяльності, структуру комплексу маркетингу; - складові системи маркетингової інформації та етапи проведення маркетингового дослідження; - сутність, задачі маркетингової товарної політики, її етапи, стратегія розробки сучасних матеріалів і основні напрямки оцінки їх конкурентоспроможності; - основні поняття маркетингової цінової політики, методи

	<p>ціноутворення, методи регулювання цін на сучасні матеріали;</p> <ul style="list-style-type: none"> - зміст і особливості розвитку зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств; - особливості та умови маркетингової діяльності в Україні, проблеми, напрямки, резерви розвитку та її удосконалення. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформулювати механізм впливу маркетингу на ринкові можливості промислового підприємства; - визначити комплекс задач, які відповідають тому чи іншому виду маркетингу, виділити фактори, які впливають на діяльність промислового підприємства; - оцінити конкурентоспроможність сучасних матеріалів, сформулювати механізм впливу життєвого циклу товару на отримання прибутку і охарактеризувати процес розробки промислових технологій виробництва сучасних матеріалів; - розрахувати рівень ціни і дохід промислових підприємств при різних рівнях цін і об'єму продаж з обліком змін показників конкурентоспроможності сучасних матеріалів; - урахувати особливості суті і умов функціонування ринку сучасних матеріалів, особливості дій маркетингових принципів в період ринкових відносин при проведенні маркетингової діяльності на промислових підприємствах. <p>Дисципліна забезпечує досягнення таких програмних результатів навчання:</p> <p>РН 13. Вміти працювати в міжнародному науковому контексті, спілкуватися у іншомовному науковому і професійному середовищі</p> <p>РН 14. Вміти синтезувати відсутню інформацію у ході пошукової діяльності на підставі аналізу та оцінки повноти інформації</p>
<p>Зміст навчальної дисципліни</p>	<p>Модуль 1. Моніторинг в маркетингі сучасних матеріалів. Маркетингова товарна політика</p> <p>Модулі 2. Якість та конкурентоздатність сучасних матеріалів</p> <p>Модуль 3. Маркетингова діяльність на промисловому підприємстві</p>
<p>Заходи та методи оцінювання</p>	<p>Оцінювання модулів 1, 2, 3 здійснюється за результатами виконання контрольних робіт.</p> <p>Оцінювання кожного модуля здійснюється за 12-бальною шкалою.</p> <p>Підсумкова оцінка навчальної дисципліни визначається як середнє арифметичне трьох модульних оцінок.</p>

Види навчальної роботи та її обсяг в акад. годинах

	Усього	Чверті	
		I	II
Усього годин за навчальним планом	90	60	30
у тому числі: Аудиторні заняття	48	32	16
з них: - лекції	40	24	16
- лабораторні роботи	8	8	0
- практичні заняття	-	-	-
- семінарські заняття	-	-	-
Самостійна робота	42	28	14
у тому числі при : - підготовці до аудиторних занять	24	16	8
- підготовці до заходів модульного контролю	9	6	3
- виконанні курсових проектів (робіт)	-	-	-
- виконанні індивідуальних завдань	-	-	-
- опрацюванні розділів програми, які не викладаються на лекціях	9	6	3
Семестровий контроль			Екз.

Специфічні засоби навчання	Навчальний процес передбачає використання мультимедійного комплексу, комп'ютерних робочих місць.
Навчально-методичне забезпечення	<p><u>Основна література:</u></p> <p>1. Герасимчук В.Г., Маркетинг: теорія і практика. Навч. посібник: - К.: Вища школа, 1994. – 327 с.</p> <p>2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – Лібра, 2002. – 712 с.</p> <p>3. Маркетингова цінова політика. Навч.-метод. посібник / За ред. С. Дугіної. – К.: КНЕУ, 2002. – 360 с.</p> <p>4. Кардаш В. Маркетингова товарна політика. Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.</p> <p>5. Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, управління, прогнозування: навч. посібник / Ю.В. Макогон. – Донецьк. – Альфа-прес, 2004. – 344 с.</p>

Ухвалено на засіданні групи забезпечення якості освітньої програми «Прикладне матеріалознавство» (Протокол № _____ від _____ 2020 р.).

Гарант освітньої програми, проф. _____ Валентина Куцова

