



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни



Маркетинг та моніторинг якості

Шифр та назва спеціальності

131 Прикладна механіка

Інститут

Навчально-науковий інститут механічної інженерії і транспорту (МІТ)

Освітня програма

0.1 Прикладна механіка

Кафедра

«Інтегровані технології машинобудування» ім. М. Ф. Семка

Рівень освіти

Освітньо-професійна програма другого (магістерського) рівня вищої освіти

Тип дисципліни

Дисципліни вільного вибору профільної підготовки

Семестр

1-й семестр другого (магістерського) рівня навчання

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Прізвище Ім'я По батькові Федорович Володимир Олексійович

Volodymyr.Fedorovych@kpi.edu.ua

Науковий ступінь, вчене звання, посада

Доктор технічних наук, професор, професор кафедри «Інтегровані технології машинобудування» ім. М.Ф. Семка НТУ «ХПІ».

Загальна інформація, кількість публікацій, основні курси тощо.

Детальніше про викладача на сайті кафедри

Досвід роботи – 45 років. Автор понад 500 наукових та навчально-методичних праць. Провідний лектор з дисциплін: "Аудит систем якості", "Маркетинг та моніторинг якості", «Наукові дослідження в машинобудуванні», «Метрологія, стандартизація та сертифікація», «Сертифікація продукції та послуг», «Метрологічне забезпечення якості», «Сучасні напрямки і методологія наукових досліджень інструмента і процесів обробки»

Загальна інформація

Анотація

Формування обсягу знань в галузі методології маркетингу та моніторингу якості, дати студентам знання по загальних принципах і методології маркетингу та моніторингу якості в галузі.

В анотації бажано відобразити коротку інформацію, яка пояснює студенту «про що дисципліна».

Мета та цілі дисципліни

Мета вивчення дисципліни: формування у студентів - майбутніх менеджерів наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології маркетингу та моніторингу, вироблення вмій і навичок

здійснення управлінських функцій на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

ознайомити майбутніх менеджерів з термінологією, понятійним апаратом маркетингу і забезпечити його засвоєння студентами; озброїти студентів системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ маркетингу; маркетингових досліджень; потреб та попиту; сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементів комплексу маркетингу; забезпечити засвоєння студентами методичного інструментарію маркетингу, оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо маркетингу, діючого механізму реалізації маркетингу на підприємствах України та розроблення обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення; забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання маркетингу в практиці діяльності підприємств; навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі. У зрозумілій для студента формі презентовані цілі курсу, знання та навички, які можна здобути в результаті навчання.

Формат занять

Лекції, лабораторні роботи, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

Компетентності

ЗК2.Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК3.Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК4.Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК7.Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК8. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ФК8. Здатність генерувати нові ідеї та уміння обґрунтування нових інноваційних проектів та просування їх на ринку.

ФК9. Здатність до самостійної роботи і ефективного функціонування в якості керівника групи чи структурного підрозділу при виконанні виробничих завдань, комплексних проектів, наукових досліджень. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди.

ФК10.Здатність зрозумілого і недвозначного донесення власних висновків, знань та пояснень до фахівців і нефахівців, зокрема і в процесі викладацької діяльності.

ФК.11. Здатність зрозуміти роботу інших, давати і отримувати чіткі інструкції.

Програмні компетентності згідно освітньої програми.

Результати навчання

РН4. Використовувати сучасні методи оптимізації параметрів технічних систем засобами системного аналізу, математичного та комп'ютерного моделювання, зокрема за умов неповної та суперечливої інформації.

РН5. Самостійно ставити та розв'язувати задачі інноваційного характеру, аргументувати і захищати отримані результати та прийняті рішення.

РН6. Розробляти, виконувати та оцінювати інноваційні проекти з урахуванням інженерних, правових, екологічних, економічних та соціальних аспектів

РН7 Зрозуміло і недвозначно презентувати результати досліджень та проектів, доносити власні висновки, аргументи та пояснення державною мовою усно і письмово колегам, здобувачам освіти та представникам інших професійних груп різного рівня.

РН8. Оволодівати сучасними знаннями, технологіями, інструментами і методами, зокрема через самостійне опрацювання фахової літератури, участь у науково-технічних та освітніх заходах.

РН10.Вести пошук необхідної інформації в науково-технічній літературі, електронних базах та інших джерелах, засвоювати, оцінювати та аналізувати цю інформацію.

PH11. Розробляти управлінські та/або технологічні рішення за невизначених умов
Та вимог, оцінювати і порівнювати альтернативи, аналізувати ризики, прогнозувати можливі наслідки.

PH13. Продемонструвати уміння обґрунтування та оцінювання проектів, знання методик просування їх на ринку, вміння виконувати економетричну та наукометричну оцінки.

PH14 Показати знання основ організації та керування персоналом.

PH15 Продемонструвати знання структури, функціонування, технічного та програмного забезпечення інформаційно-вимірювальних комп'ютеризованих систем в машинобудівному виробництві.

PH16 Продемонструвати знання та розуміння основ організації виробничого процесу.

PH17 Продемонструвати знання організації, функціонування, технічного та програмного забезпечення інформаційно-вимірювальних комп'ютеризованих систем в наукових дослідженнях механічних систем та процесів

Результати вивчення дисципліни: Після вивчення дисципліни майбутній фахівець з менеджменту повинен уміти виконувати такі види робіт: розробляти програму маркетингу та моніторингу залежно від цілей діяльності, формувати на підприємстві систему маркетингової інформації для збору, систематизації та аналізу первинної та вторинної інформації - бази для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, аналізувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, розробляти маркетингові заходи з урахуванням взаємозв'язку між елементами комплексу маркетингу.

Програмні результати навчання згідно освітньої програми.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредитів ECTS): лекції – 32 год., лабораторні роботи – 16 год., самостійна робота – 72 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Попередні дисципліни:	Наступні дисципліни:
Робочі процеси сучасних технологічних систем	дипломна робота
Комп'ютерне та імітаційне моделювання	
Високі технології в машинобудуванні	

Знання, навички та попередні дисципліни, необхідні для успішного проходження курсу.

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Навчання теоретичним основам курсу проходить у формі «лекція – візуалізація» з використанням мультимедійних технологій;

Навчання практичним основам курсу проходить у формі індивідуальної роботи або роботи невеликими групами з наступним обговоренням результатів;

Самостійна робота студентів проходить в віртуальній середі (методичне забезпечення самостійної роботи), яке дозволяє студентам опрацювати як теоретичні, так і практичні питання курсу і виконувати самоконтроль освоєння дисципліни;

Консультування самостійної роботи студентів з використанням комп'ютерних технологій;

Тестування проходить як при поточному контролю успішності, так і при проміжному атестуванні студентів в інтерактивній формі;

Тут можна розкрити особливості дисципліни, і, зокрема, методи навчання і викладання, які відрізняють дисципліну: проектна і командна робота, peer-to-peer, гейміфікація, кейси, використання певного програмного забезпечення, систем LMS (learning management systems) тощо. Використовуйте підзаголовки за необхідності.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій.

- 1.1 Основні підходи до розуміння сутності маркетингу
- 1.2 Концепції управління маркетингом
- 1.3 Принципи маркетингу як управлінської концепції
- 1.4 Функції маркетингу як сфери практичної діяльності
- 1.5 Види маркетингу

Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система.

- 2.1. Принципи, завдання та функції маркетингу
- 2.2. Маркетингове середовище та його складові. Основні фактори макросередовища маркетингу
- 2.3. Елементи мікросередовища маркетингу
- 2.4. Система засобів маркетингу

Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі

проведення маркетингових досліджень

Тема 4. Дослідження поведінки споживачів

Тема 5. Товар у комплексі маркетингу

Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу

Тема 7. Розповсюдження у комплексі маркетингу

Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу

Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю

Тема 10. Класифікація та принципи побудови систем моніторингу.

10.1 Класифікація систем моніторингу в економіці.

10.2. Принципи побудови систем моніторингу

Тема 11. Склад, структура та алгоритм роботи системи моніторингу.

11.1. Структура систем моніторингу.

11.2. Алгоритм роботи систем моніторингу.

11.3. Технологія побудови систем моніторингу.

Тема 12. Якість функціонування систем моніторингу.

12.1. Критерії оцінки якості функціонування системи моніторингу.

12.2. Оцінка точності в системах моніторингу.

12.3. Дискретність спостережень у системі моніторингу.

Тема 13. Організація та побудова розподілених систем моніторингу.

13.1. Загальна характеристика розподілених динамічних систем.

13.2. Моделювання процесів у розподілених динамічних системах.

13.3. Моделювання розподіленої системи моніторингу.

13.4. Алгоритм розрахунку основних параметрів системи моніторингу.

Теми практичних занять

. Заповнюється за наявності в плані лабораторних занять.

Теми лабораторних робіт

Тема 1. Застосування експертних методів для визначення коефіцієнтів вагомості одиничних показників якості продукції. Визначення якісного складу експертної комісії.

Тема 2. Визначення коефіцієнтів вагомості одиничних показників якості продукції за номінальними і гранично припустимими значеннями.

Тема 3. Визначення придатності технологічного процесу статистичним методом.

Тема 4. Визначення конкурентоспроможності продукції диференційним та комплексним методами.

Тема 5. Ринок послуг в сучасній економіці та особливості його функціонування.

Самостійна робота

Тема 1 Конкуренція на ринку.

Тема 2. Визначення маркетингу та його роль в економіці

Тема 3. Класифікація моніторингу.

Тема 4. Структура систем моніторингу.

Тема 5. Критерії оцінки якості функціонування системи моніторингу.

Тема 6. Технологія побудови систем моніторингу.

Література та навчальні матеріали

Базова література:

1. Грищенко І. М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: підручник [для вищ. навч. закладів] / І. М. Грищенко. К.: Грамота, 2009. 447 с.

2. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посібн. / Олег Кузик. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. С.246-263.

3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. К.: Альтерпрес, 2006. 436 с

4. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка. К.: Центр учбової літератури, 2010. 776 с.

5. Майдебура Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Майдебура. К.: ВИРА-Р, 2001. 574 с.

6. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. Посібник / Євген Майовець. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 450 с.

7. Майовець Є.Й., Кузик О.В. Маркетингові комунікації: навч. посібник / Олег Кузик. Львів: ЛНУ, 2015. 240 с

Додаткова література:

1 Боженко Л.І. Стандартизація, метрологія та кваліметрія у машинобудуванні: навч. пос. / Л. І. Боженко. — Львів : Світ, 2003. — 328 с. – Текст укр.

2 Кириченко Л. С. Основи стандартизації, метрології та управління якістю: підручник / Л. С. Кириченко, Н.В.Мережко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. –445 с. – Текст укр.

3 Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації / М.І. Шаповал. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – 174 с. – Текст укр.

4 Портер М. Конкуренція: наукове видання/ М. Потер — К. : ВД «Вільямс», 2001. – 495 с.– Текст рос.

5 Солонин И. С. Математическая статистика в технологии машиностроения / И. С. Солонин К : Машиностроение, 1972. – 216 с. Текст рос.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

Опис структури підсумкової оцінки, обов'язкових завдань та процедури нарахування балів, особливо звертаючи увагу на самостійну роботу та індивідуальні завдання.

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

14.08.2023

Завідувач кафедри
Олександр ШЕЛКОВИЙ

Дата погодження, підпис

14.08.2023

Гарант ОП
Олександр ШЕЛКОВИЙ

Дата погодження, підпис