

## *Навчальна дисципліна: Економічні основи маркетингу*

**Статус:** нормативна

**Курс:** 2

**Семестр:** 4

**Попередні умови для вивчення:** навчальні дисципліни – “Макроекономіка“, “Мікроекономіка»

### **Опис дисципліни**

**Мета:** формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

**Завдання:** вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

**Предмет:** процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

### **Змістовні модулі:**

Модуль 1. Виникнення маркетингу, його концепції і середовище функціонування

Модуль 2. Основні напрямки маркетингової діяльності

**Форми та методи навчання:** лекції, ситуації, case-study, реферати, тестування, тренінги.

### **Форми організації контролю знань, система оцінювання:**

залік – 4 семестр,

**Залік:** 60% – модульний контроль,

40 % – підсумковий контроль: залікова робота в письмовій формі (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі

**Навчально-методичне забезпечення:** УМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

**Мова викладання:** українська, російська.

### **Список рекомендованої літератури:**

#### **Основна**

1. Болотна О.В. Методичні вказівки і контрольне завдання для студентів денної та заочної форм навчання з дисципліни "Економічні основи маркетингу". – Х.: ХНУ, 2011. [Електронний варіант]
2. Котлер, Філіп. Маркетинговий менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Ф.Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. - 1-е вид., укр. адапт. . - К. : Хімджест, 2008. - 288 с.
3. Маслова, Татьяна Дмитриевна. Маркетинг [Текст] : пособие для подгот.к экзамену / Т.Д.Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. - СПб. : Питер, 2002. - 224 с.
4. Маркетинг [Текст] : підручник [для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін. ; ред.-упоряд. : О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова]. - 2-е вид., укр. - К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008. - 646 с.
5. Соціально-етичний маркетинг [Текст] / [І.В. Семеняк, В.А. Євтушенко, А.В. Катаєв та ін.] ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. - Х. : ХНУ, 2005. - 139 с.

#### *Додаткова*

6. Багиев, Георгий Леонидович. Маркетинг [Текст] : учеб. [для вузов по экон. специальностям] / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под общ. ред.: Г.Л.Багиев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономика, 2001. - 718 с.
7. Корж, Марина Володимирівна. Маркетингова діяльність підприємств в умовах глобалізації [Текст] : монографія / М. В. Корж, С. А. Жуков ; Донбас. держ. машинобудів. акад. (ДДМА). - Краматорськ : ДДМА, 2012. - 251 с.
8. Котлер, Філіп. Десять смертних гріхів маркетингу: Ознаки і методи вирішення [Текст] / Філіп Котлер ; Пер. з англ.: І.П.Гусак, А.Ю.Гусак. - К. : Києво-Могилянська академія, 2006. - 143 с.