

Навчальна дисципліна: ІСТОРІЯ МАРКЕТИНГУ

Статус: вибіркова

Курс: 3

Семестр: 5

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – «Економічна теорія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Економіка підприємства», «Економічні основи маркетингу».

Опис дисципліни

Мета: формування системи теоретичних і практичних знань щодо теоретико-методологічних та логіко-історичних засад сучасного маркетингу

Завдання: вивчення теоретико-методологічних та логіко-історичних основ сучасного маркетингу, дослідження історичних і сучасних шкіл і концепцій маркетингу, здобуття навичок маркетингової діяльності на основі використання дії економічних законів

сучасних теоретичних концепцій, проведення їх верифікації на практиці виходячи з розвитку світової економіки,

Предмет: історичні школи і концепції маркетингу

Змістовні модулі:

Модуль 1. Сучасні теоретико-методологічні економічні школи і концепції

Модуль 2. Закономірності функціонування і розвитку сучасних економічних систем

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, реферати, тестування.

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

залік – 5 семестр.

Залік: 60% – модульний контроль,

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

Для успішного складання заліку студент має оволодіти 2/3 знань з дисципліни.

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

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга. Профессиональное издание: пер. с англ. – Издательство «Вильямс», 2009. – 1072 с.
2. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, В.А. Євтушенко та ін. – К. : Навч.-метод. центр Консорціуму із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2010. – 648 с.
3. Пріоритети сучасного менеджменту маркетингу: монографія / І. В. Семеняк, В. А. Євтушенко, А. В. Катаев [та ін.]; під наук, керів. д.е.н., проф. І. В. Семеняк : – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. – 204 с.
4. Соціально-етичний маркетинг. Монографія / І. В. Семеняк, В. А. Євтушенко, А. В. Катаев [та ін.]. Колектив авторів, за наук. редак. д.е.н., професора Семеняк І.В.– Х.: ХНУ, 2005.

Додаткова

1. Базилевич В. Д. Економічна теорія: політекономія : Підручник / В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2009. – 870 с.
2. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии: пер. с англ. – СПб.:Питер, 2003. – 544 с.
3. Козырев В. М. Основы современной экономики / В. М. Козырев. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 544 с.
4. Кругман П. Основы экономикс / П. Кругман, Р. Веллс, М. Олни. – СПб. : Питер, 2011. – 880 с.
5. Сучасна економіка та бізнес : навч. посіб. / О.В. Посилкіна, В.А. Євтушенко, О.І. Піскун. – Х. : НФАУ, 2000. – 192 с.