

Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГ

Статус: нормативний

Курс: 2,3

Семестр: 4,5,6

Кількість залікових кредитів ECTS – 10,0

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – “Економічна теорія”.

Опис дисципліни

Мета: оволодіння знаннями про теоретичні основи маркетингу як науки, практичної діяльності і мистецтві виходити на ринок, утримувати його, розширювати, домагатися економічної безпеки і цільового розміру прибутку.

Завдання: вивчення основних понять, систем і алгоритмів маркетингу, набуття практичних навичок вирішення конкретних маркетингових завдань, формування творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Предмет: філософські й економічні основи маркетингу.

Змістовні модулі:

Модуль 1. Філософія маркетингу

Модуль 2. Економічні основи маркетингу

Модуль 3. Історія маркетингу

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, тренінги, рольові ігри, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

залік – 4,5 семестр,

іспит – 6 семестр,

контрольна робота - 6 семестр.

Система оцінювання

Контрольна робота – критерії оцінки наведені в методичних рекомендаціях до контрольної роботи

Залік: 50% – модульний контроль,

50 % – підсумковий контроль: залікова робота в письмовій формі (2 ак. години)

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

Іспит: 50% – модульний контроль,

50 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 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, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

1. Семеняк И. В. Общий курс маркетинга: Учебн. Пос. – Х.: “РА”, 2000. – 344 с.
2. Семеняк И. В. Философия маркетинга: Учебн. Пос. – Х.: Вид-во ХНУ, 2004. – 80 с.
3. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко, Євтушенко В.А. та ін.; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 4-те вид. - К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
4. Збірник тестів до підручника «Маркетинг»: Методичне видання // В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко, Євтушенко В.А. та ін.– К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти України», 2009. – 818 с.
5. Посібник для викладача до підручника «Маркетинг»: методичне видання / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко, Євтушенко В.А. та ін.; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 494 с.