

Навчальна дисципліна: ФІЛОСОФІЯ МАРКЕТИНГУ

Статус: вибіркова

Курс: 4

Семестр: 8

Опис дисципліни

Мета: формування знань про філософські початки маркетингу як науки та практичної діяльності. Філософське мислення, економічний образ мислення, маркетингове мислення, спрямовані на формування світоглядних установок сучасного економіста і маркетолога

Завдання: знати економічні основи філософії маркетингу; наукові школи і концепції маркетингу; психологічні, соціологічні, культурні основи маркетингу; соціально-правове регулювання і перспективний напрям маркетингу; загальну схему маркетингової діяльності, використовувати теоретичні знання про маркетинг як систему; створювати загальну схему маркетингових рішень підприємства; володіти розумінням маркетингу як філософією управління, впроваджувати маркетингову стратегію для успішного розвитку бізнесу та суспільства

Змістовні модулі:

Модуль 1. Історичні та сучасні концепції і наукові школи маркетингу

Модуль 2. Філософські проблеми маркетингу в сучасному суспільстві

Форми та методи навчання: лекції, практичні завдання, ситуації, реферати, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

залік – 8 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: УМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Семеняк І. В. Філософія маркетинга. Модуль академічного освіти по спеціальності «Маркетинг» Учебное пособие. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2004. – 80с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга. Профессиональное издание: пер. с англ. – Издательство «Вильямс», 2009. – 1072 с.

Додаткова

3. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, В.А. Євтушенко та ін. – К. : Навч.-метод. центр Консорціуму із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2010. – 648 с.
4. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии: пер. с англ. – СПб.:Питер, 2003. – 544 с.