

Навчальна дисципліна: ВСТУП ДО ФАХУ Маркетинг»)

Статус: вибіркова

Курс: 1

Семестр: 1

Опис дисципліни

Мета: ознайомлення студентів з особливостями майбутньої професії, її змістом та завданням маркетингової діяльності, роллю маркетологів в підприємницькій діяльності, особливостями організації підготовки фахівців з маркетингу

Завдання: ознайомити студентів зі сферою їх майбутньої професійної діяльності, переліком основних типів підприємств; довести до відома студентів перелік посад, що може обіймати випускник даного професійного спрямування на підприємствах

Змістовні модулі:

Модуль 1. Місце та роль фахівця з маркетингу в сучасній економіці

Модуль 2. Складові професії маркетолога

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

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

іспит – 1 семестр.

Іспит: 60% – модульний контроль,

40 % – 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, тести, ситуації.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Виховання студентської молоді: нормативні документи. На допомогу кураторам. Випуск 1/Укладачі: Яворовська Л., Маркова Т.О., Дядик Н.Г. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. – 68 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.

Додаткова

3. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга. Профессиональное издание: пер. с англ. – Издательство «Вильямс», 2009. – 1072 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок: пер с англ. – М. : АСТ, 2001 . – 271 с.