

**Назва.** Маркетинг

**Тип.** Базова.

**Рік навчання.** 2021–2022.

**Семестр.** V.

**Кількість кредитів ЄКТС.** 5.

**ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Тімонін О.М., к.е.н., професор.

**Результати навчання.**

знання основних інструментів і заходів, що входять до складу комплексу маркетинг-міксу;

вміння розробляти комплекс маркетинг-міксу для товарів та/або послуг підприємства;

знання основних методів отримання маркетингової інформації;

вміння проводити маркетингові дослідження на підприємстві;

знання сутності, видів маркетингових досліджень та змісту їх етапів;

вміння проводити маркетингові дослідження із застосування статистичних методів;

знання понять товарний ринок, кон'юнктура ринку, місткість і насиченість ринку, а також особливостей розвитку та тенденцій розвитку сучасного ринку;

вміння проводити аналіз кон'юнктури ринку та здійснювати сегментацію ринків;

знання основних моделей поведінки суб'єктів ринку, особливостей прийняття рішень про закупівлю посередниками, сутності і принципів сегментації ринку, основних стратегій охоплення ринку, позиціонування товару;

вміння визначати основні мотиви споживачів, що впливають на прийняття рішення відносно закупівлі товару, застосовувати стратегії охоплення ринку з метою максимізації збуту продукції підприємства.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економічна теорія» «Макро-мікроекономіка», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Статистика».

**Зміст.**

Сутність маркетингу та розвиток його концепцій. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів. Дослідження ринків збуту. Аналіз конкуренції. Товар у комплексі маркетингу. Ціна у комплексі маркетингу. Розподіл у комплексі маркетингу. Комунікації у комплексі маркетингу. Управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне планування маркетингу

**Рекомендовані джерела.**

1. Біловодська О.А. Маркетингова менеджмент / О.А. Біловодська – Київ : Знання, 2010. - 332 с.

2. Коллинз Д. От хорошего к великому. Почему одни компании осуществляют прорыв, а другие нет .../ Д. Коллинз. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2012. – 475 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2018.- 496 с.
4. Манн И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу / И. Манн. – Москва : Манн, 2018. – 406 с.
5. Сьюэлл К. Клиенты на всю жизнь / К. Сьюэлл, П. Браун. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2018. – 232 с.
6. Тімонін О.М. Маркетинг: навчальний посібник / О.М. Тімонін, О.А. Небилиця – Харків : ВД ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 162 с.
7. Ястремська О.М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія / О.М. Ястремська, О.М. Тімонін, К.О. Тімонін – Харків : ВД ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2013. – 243 с.
8. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. – Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2016.– 752 с.
9. Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой; под. общ. ред. В. Н. Домнина. – Москва: Вершина, 2011. – 448 с.
10. Орлов П.А. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку: наукове видання // П.А. Орлов, Н.М. Лисиця, Г.О. Холодний та ін.– Харків : ВД ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 51 с.
11. Постер П. Новая эра маркетинга: Пер. з англ. / П. Постер – Санкт-Петербург : Питер, 2012.– 368 с.
12. Старостіна А.О. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. – Київ : Знання, 2009. – 1070 с
13. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: Учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. / В.Е. Хруцкий, В.В. Корнеева. – Москва : ИТК «Дашков и К», 2010.– 312 с.
14. Черенков В.И. Международный маркетинг: Учеб. пособие / В.И. Черенков. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, 2013. – 264 с.

### **Методи навчання.**

Лекції, семінарські й практичні заняття та самостійна робота з використанням інформаційно-комунікативних технологій.

### **Методи оцінювання:**

- поточний контроль (участь у семінарах, здача практичних завдань, поточна контрольна робота);
- підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання.** Українська.