

- 1. Назва.** Маркетинг.
- 2. Тип.** Базова.
- 3. Рік навчання.** 2020-2021.
- 4. Семестр.** IV.
- 5. Кількість кредитів ЄКТС.** 5.
- 6. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.**
Холодний Г.О., канд. екон. наук, проф.
- 7. Результати навчання.**

Формування системи теоретичних знань та практичних навичок з управління маркетинговою діяльністю підприємств, прийняття комплексу маркетингових рішень стратегічного та оперативного характеру які підвищують адаптаційну здатність підприємства і його стійкість відносно мінливих впливів зовнішнього ринкового середовища.

8. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

«Економіка підприємства», «Макро- та мікроекономіка», «Фінанси», «Інвестування».

9. Зміст.

Сутність і місце маркетингу у системі економічних відносин. Етапи еволюції і концепції маркетингу. Потреби і мотивація. Концептуальні основи поведінки покупця при виборі продукту. Поняття відповідної реакції покупця і методи вимірювання її рівнів. Система стратегічного маркетингу підприємства. Інформаційна система маркетингу та маркетингові дослідження. Продуктова політика. Політика ціноутворення. Політика збуту. Політика комунікацій. Планування та організація маркетингової діяльності підприємства.

10. Рекомендовані джерела.

1. Азарян Е. М. Маркетинг: принципи и функции / Е. М. Азарян. – К.: МЦВО Министерство образования Украины, НВФ "Студент", 2008. – 320 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Л. В. Балабанова. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645 с.
3. Белявцев М. І. Маркетинг / М. І. Белявцев, Л. М. Іваненко.–Київ: Центр навчальної л-ри, 2005. – 328 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. – К.: ЛИБРА, 2002. – 704 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер: Мир книг, 2012. – 479 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс/ Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2012. – 488 с.

7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. / пер. с англ. Под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.

8. Маркетинг: Навчальний посібник / Орлов П. А., Косенков С. І., Прохорова Т. П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.

9. Орлов П.А. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку. : наукове видання / П.А. Орлов, Н.М. Лисиця, Г.О. Холодний та ін.; за заг. ред. докт. економ. наук, професора Орлова П.А. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.

10. Холодний Г.О. Розвиток управління маркетингом на підприємствах: монографія / Г.О. Холодний, Г. М. Шумська; заг. ред. канд. екон. наук, доцента Холодного Г.О. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 272 с.

11. Методи навчання.

Лекції, семінарські заняття з використанням інформаційних технологій.

12. Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, опитування);
- модульний контроль (тестування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (екзамен).

13. Мова навчання. Українська.