

1. Код: ВВ6

2. Назва: Вступ до спеціальності

3. Тип: обов'язковий.

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 1.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 1

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 2,25

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана Володимирівна, к.е.н., доц.

9. Результати навчання:

- знати еволюцію і сутність сучасної концепції, принципи, функції і задачі маркетингу; методологічні основи проведення маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення маркетингових рішень;
- вміти використовувати методи і ознаки сегментування ринку, алгоритм вибору цільових ринків, шляхи позиціонування товару на ринку;
- знати комплекс маркетингу, методи і засоби маркетингового впливу підприємства на цільові ринки; теоретичні основи формування та реалізації маркетингової політики підприємства за основними напрямками;
- розуміти основи організації, планування і контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: -

• Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): «Маркетинг», «Управління продажами».

12. **Зміст курсу:** Сутність маркетингу та його сучасні концепції. Класифікація та характеристики маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика продажу. Маркетингові комунікації. Організація маркетингу. Планування та контроль маркетингу.

13. **Ключові слова:** маркетинг, концепція маркетингу, маркетингові дослідження, товарна політика, ціна, політика продажу, маркетингові комунікації.

14. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник/ Л.В. Балабанова. – [3-тє вид., перероб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2011. – 543 с. 2. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. – 1134 с. 3. Борисенко М.А. Промисловий маркетинг: навч. посіб. / Борисенко М.А., Гронь О.В., Щетинін В.М. – Х.: ХНЕУ, 2010. – 292 с. 4. Петруня Ю.Є. Маркетинг: навч. посіб. / Ю.Є. Петруня. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Знання, 2010. – 351 с. 5. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

15. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

16 год. лекцій, 14 год. практичних робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

16. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці I семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

17. **Мова викладання:** українська.



1. Code: BB6

2. Title: Introduction to specialty.

3. Type: вибірковий

4. Higher education level: the first (Bachelor's degree).

5. Year of study, when the discipline is offered: 1.

6. Semester when studying discipline: 1

7. Number of established ECTS credits: 2,25

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position: Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

9. Learning outcomes:

- to know the evolution and essence of modern concepts, principles, functions and marketing objectives; methodological bases of marketing researches and informational support of marketing decisions;
- to be able to use methods and features of market segmentation, algorithm of choice of target markets, ways of positioning goods on the market;
- to know the marketing complex, methods and means of marketing influence of the enterprise on the target markets; theoretical bases of formation and realization of marketing policy of the enterprise in the main directions;
- to understand the basics of organization, planning and control of marketing activities at the enterprise.

10. Forms of organizing classes: training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline -

- **Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** "Marketing", "Sales Management".

12. Content of the course: The essence of marketing and its modern concepts. Classification and characteristics of marketing. Marketing researches. Marketing Commodity Policy. Marketing pricing policy. Marketing marketing policy. Marketing communications. Marketing organization. Planning and marketing control.

13. Keywords: marketing, marketing concept, marketing research, commodity policy, price, sales policy, marketing communications.

14. Recommended editions:

1 Balabanova L.V. Marketing: textbook / L.V. Balabanova - [3rd kind. Processing. and add.]. - K.: KNEU, 2011. - 543 p. 2. Marketing: bachelor's course: textbook / for college. Ed. doctor of sciences, prof. SM Illyashenka - Sumy: VTD "University Book", 2009 - 1134 p. 3. Borisenko MA Industrial Marketing: Teaching manual / Borisenko MA, Gron O.V., Shchetinin V.M. - X .: XHEY, 2010. - 292 c. 4. Petrunya Yu.E. Marketing: Tutor manual / Yu.E. Petunia - [2nd form, processing. and add.]. - K.: Knowledge, 2010. - 351 pp. 4. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

15. Planned types of educational activities and teaching methods:

lectures – 16 hours, practical classes – 14 hours, independent work – 60 hours. Total – 90 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

16. Forms and assessment criteria:

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 1 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

17. Language of teaching: Ukrainian.