



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ДХ;
2. Назва: *Маркетинг.*
3. Тип: *обов'язкова.*
4. Рівень вищої освіти: *I (бакалаврський).*
5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *1.*
6. Семестр, коли вивчається дисципліна: *1.*
7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *3.*
8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *Гонтаренко Н.А., канд. екон. наук, доцент.*
9. Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:
 - досліджувати ринки, товари, споживачів, конкурентів;
 - розробляти стратегію та тактику маркетингової діяльності підприємства;
 - розробляти товарну, цінову, збутову та рекламну політику підприємства для конкретних ринкових ситуацій в автотранспортній галузі;
 - розробляти організаційну структуру служби маркетингу;
 - організовувати управління маркетинговими функціями на підприємстві;
 - оцінювати результативність маркетингу.
10. **Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.*
11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: *«Вступ до фаху», «Економіка підприємства».*
- Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): *–.*
12. **Зміст курсу:** *Теоретичні основи маркетингу. Класифікація маркетингу. Характеристики маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика продажу. Маркетингова політика просування. Організація маркетингу. Контроль маркетингу. План маркетингу підприємства.*
13. **Рекомендовані навчальні видання:**
 1. Павленко А. Ф., Войчак А. В. *Маркетинг: Підручник.* — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с. — Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/>.
 2. *Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. (навчальний посібник з грифом МОН України, лист № 1/1 – 11466 від 22.07.2014), (фіксований власний внесок с.114-199). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.*
 3. *Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. (фіксований власний внесок с.84-85, 91-107, 137-145, 146-148, 184-185). – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.*
 4. *Економіка підприємства та маркетинг / Ю.В. Лаврова - Конспект лекцій, Харків, 2012. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37178/>.*
14. **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 рольових ігор, кейс-методи, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.
15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

*Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** тестовий в кінці I семестру.*

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.
16. **Мова викладання:** *українська, англійська.*



DESCRIPTION OF THE EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. **Code:** ДХ;
2. **Title:** *Marketing.*
3. **Type:** *compulsory.*
4. **Higher education level:** *the first (Bachelor's degree).*
5. **Year of study when the discipline is offered:** *1.*
6. **Semester when the discipline is studied:** *1.*
7. **Number of established ECTS credits:** *3.*
8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** *Hontarenko N.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer*
9. **Results of studies. After studying this discipline student should know how to:**
 - *to explore markets, goods, consumers, competitors;*
 - *to develop a strategy and tactics of marketing activity of the enterprise;*
 - *develop the product, pricing, distribution and advertising policies of the company for specific market situations, taking in the automotive industry;*
 - *develop the organizational structure of the marketing service;*
 - *organize management of marketing functions at the enterprise;*
 - *assess the effectiveness of marketing.*
10. **Forms of organizing classes:** *training classes, independent work, practical training and current modular control.*
11. **Disciplines preceding the study of the specified discipline:**
"Introduction to speciality", "Economics of enterprise".
- Disciplines studied concurrently with the specified discipline (if necessary):** *It is not necessary.*
12. **Course contents:** *Theoretical foundations of marketing. Classification of marketing. Marketing features. Marketing researches. Marketing products policy. Marketing pricing policy. Marketing sales policy. Marketing promotion policy. Marketing organization. Marketing control. Marketing plan of company.*
13. **Recommended educational publications:** *(specify up to 5 sources)*
 1. Павленко А. Ф., Войчак А. В. *Маркетинг: Підручник.* — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с. — Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/>.
 2. *Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, Б.О.Король, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. (навчальний посібник з грифом МОН України, лист № 1/1 – 11466 від 22.07.2014), (фіксований власний внесок с.114-199). . – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/>.*
 - 3 *Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика: Монографія/ М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль, Т.Д.Мельник; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с. (фіксований власний внесок с.84-85, 91-107, 137-145, 146-148, 184-185). – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1764/>.*
 4. *Економіка підприємства та маркетинг / Ю.В. Лаврова - Конспект лекцій, Харків, 2012. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37178/>.*
14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**
16 hours of lectures, 14 hours of practical training, 60 hours of independent work. Total: 90 hours.
Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of role-playing games, case methods, individual and group tasks for scientific research, use of the multimedia means.
15. **Forms and criteria of evaluation:**
Evaluation is performed in accordance with the one hundred point scale.
*Final control (40 points): test **exam** at the end of the 1 semester.*
Current control (60 points): written and oral tests.
16. **Language of teaching:** *Ukrainian, English.*

Head of the marketing department,
Doctor of Economic Sciences, professor

M. Malchyk