



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг»

1. Код: ПП 6 (використування)

2. Назва: Маркетинг

3. Тип: обов'язковий

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський)

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 2

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 4

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 6

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мальчик М.В. – д.е.н., професор;
Коваль С.І. – ст. викладач

9. Результати навчання:

- Вміти користуватися методиками оцінки ринків, конкурентоспроможності підприємств та їх продукції.
- Застосовувати методи організації маркетингової діяльності на підприємстві, формування комплексу маркетингу та його ринкового інструментарію.
- Визначати ефективність маркетингових заходів, формувати висновки, розробляти заходи щодо підвищення результатів діяльності служби маркетингу на підприємстві.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Інформатика та комп'ютерна техніка». «Управління продажами». «Економіка праці». «Мікроекономіка». «Статистика». «Вступ до спеціальності». «Основи наукових досліджень».

12. **Зміст курсу:** 1. Формування теорії маркетингу. 2. Взаємозв'язок маркетингу з суміжними дисциплінами. 3. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення і розвитку теорії маркетингу. 4. Концепції маркетингу. 5. Основні категорії маркетингу. 6. Комплекс маркетингу. 7. Види маркетингу та їх характеристики. 8. Сучасні проблеми маркетингу. 9. Глобальний маркетинг. 10. Інтерактивний маркетинг. 11. Індивідуальний маркетинг. 12. Екологічний маркетинг. 13. Ризики в маркетингу. 14. Маркетингові дослідження, як основа прийняття управлінських рішень. 15. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики. 16. Засади маркетингового ціноутворення. 17. Теорія маркетингової комунікації. 18. Теорія маркетингової політики розподілу.

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.

2. Гаркавенко С.С. Маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.С. Гаркавенко.- 7-е вид. – Київ : Лібра, 2010. – 717 с.

3. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг. Пер. з англ. А.В. Назаренко, А.Н. Свирид. – М.: Вільямс, 2013. – 752 с.

4. 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.

5. Українська Асоціація Маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://uam.in.ua>

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

32 год. лекцій, 30 год. практичних занять, 118 год. самостійної роботи. Разом – 180 год.

Методи викладання: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, впровадження кейс-методів, індивідуальні науково-дослідні завдання, 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 ЦНОС в кінці 4 семестру.

- Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування

16. **Мова викладання:** українська.



1. Code: PP 6

2. Title: Marketing

3. Type: compulsory

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

5. Year of study, when the discipline is offered: 2

6. Semester when the discipline is studied: 4

7. Number of established ECTS credits: 6

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: Malchik M.V, Doctor of Economics, professor of Department of Marketing of NUWEE; Koval S.I., Senior Lecturer

9. Results of studies:

Be able to use market valuation techniques, the competitiveness of enterprises and their products.

• Apply the methods of organization of marketing activities in the enterprise, the formation of a marketing complex and its market tools.

• Determine the effectiveness of marketing activities, formulate conclusions, develop measures to improve the performance of the marketing service at the enterprise.

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

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: "Computer science and computer technology". "Sales management". "The Economics of Labor". "Microeconomics". "Statistics". "Basics of the scientific research".

12. Course contents:

1. Formation of the theory of marketing. 2. Interconnection of marketing with related disciplines. 3. Evolution of economic theory as a factor in the emergence and development of marketing theory. 4. Marketing Concepts. 5. Major categories of marketing. 6. Marketing complex. 7. Types of marketing and their characteristics. 8. Modern marketing problems. 9. Global marketing. 10. Interactive marketing. 11. Individual marketing. 12. Ecological marketing. 13. Risks in marketing. 14. Marketing research as a basis for making managerial decisions. 15. Theoretical aspects of marketing commodity policy. 16. Principles of marketing pricing. 17. The theory of marketing communication. 18. The theory of marketing policy distribution.

13. Recommended educational editions:

1. Balabanova L.V. Marketing: manual/ L.V. Balabanova - 3rd pub., Processed. and complemented - Kyiv: KNEU, 2011. – 543

2. Harkavenko S.C. Marketing: Tutor manual for students of higher educational institutions / S.S Garkavenko - 7th pub. - Kyiv: "Libra", 2010. - 717 p.

3. Kotler F. Fundamentals of Marketing / F. Kotler, G. Armstrong, V. Wong. translate. from english A.V. Nazarenko, A.N Svirid - M.: Williams, 2013. - 752 c.

4. Marketing: Stud. manual / M.V Malchik, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanov, B.O.Korol, O.V. Martynyuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. M.V Malchik - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

5. Ukrainian Marketing Association [Electronic resource] - Mode of access to the resource: <http://uam.in.ua>.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

Lectures - 32 hours, practical classes - 30 hours, independent work – 118 hours. Total – 180 hours.

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

15. Forms and assessment criteria:

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

Final control (40 points): **exam** test at the end of the 4th semester

Current control (60 points): testing, questioning

16. Language of teaching: Ukrainian