



1. **Код:** Д23;
2. **Назва:** *Основи маркетингу.*
3. **Тип:** *обов'язкова.*
4. **Рівень вищої освіти:** *I (бакалаврський).*
5. **Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** *2.*
6. **Семестр, коли вивчається дисципліна:** *3.*
7. **Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** *4.*
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;*
  - *організувати 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», «Загальний курс транспорту».*
- Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):**  
*немає необхідності.*
12. **Зміст курсу: (перелік тем)**  
*Теоретичні основи маркетингу. Організація маркетингової діяльності. Маркетингові дослідження. Аналіз споживчого ринку. Аналіз ринку підприємств. Маркетингова товарна політика і політика продажу (розповсюдження послуг). Аналіз транспортних послуг. Розробка товарної марки. Розробка сервісного обслуговування. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика просування послуг. Результативність маркетингової діяльності. Контроль маркетингу.*
13. **Рекомендовані навчальні видання: (зазначити до 5 джерел)**
  1. *Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова - Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. - 227 с. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://buklib.net/books/37060/>. - Назва з домашньої сторінки Інтернету.*
  2. *Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / В. М. Мальченко - К.: КНЕУ, 2006. - 360 с.*
  3. *Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. - Рівне: НУВГП, 2014. - 444 с.*
  4. *Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д.; за редакцією Мальчик М.В. - Рівне: НУВГП, 2015. - 192 с.*
  5. *Економіка підприємства та маркетинг / Ю.В. Лаврова - Конспект лекцій, Харків, 2012. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://buklib.net/books/37178/>. - Назва з домашньої сторінки Інтернету.*
14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**  
*30 год. лекцій, 16 год. практичних робіт, 74 год. самостійної роботи. Разом – 120 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 3 семестру.*  
*Поточний контроль (60 балів): **тестування, опитування.***
16. **Мова викладання:** *українська, англійська.*



## DESCRIPTION OF THE EDUCATIONAL DISCIPLINE “PRINCIPLES OF MARKETING”

1. **Code:** Д23;
2. **Title:** *Principles of 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:** 3.
7. **Number of established ECTS credits:** 4.
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”, “Basic transportation course”.*
- Disciplines studied concurrently with the specified discipline (if necessary):**  
*It is not necessary.*
12. **Course contents:** *(list of subjects)*  
*Theoretical foundations of marketing. Organization of marketing activities. Marketing researches. Consumer Market Analysis. Market analysis of enterprises. Marketing Commodity Policy and Sales Policy (Distribution of Services). Analysis of transport services. Brand development. Development of service. Marketing pricing policy. Marketing policy for the promotion of services. Effectiveness of marketing activities. Marketing control.*
13. **Recommended educational publications:** *(specify up to 5 sources)*
  1. *Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю. В. Лаврова - Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. - 227 с. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37060/>. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.*
  2. *Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. / В. М. Мальченко - К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.*
  3. *Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.*
  4. *Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д.; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.*
  5. *Економіка підприємства та маркетинг / Ю.В. Лаврова - Конспект лекцій, Харків, 2012. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/37178/>. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.*
14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**  
*30 hours of lectures, 16 hours of practical training, 74 hours of independent work. Total: 120 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 3 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