

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**  
**Кафедра маркетингу**

**Силабус**  
**Дисципліни «МАРКЕТИНГ»**

<i>Викладач</i>	к.т.н., доц. <a href="#"><u>Т.В. Арестенко</u></a>
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Загальна кількість годин</i>	150

**Загальний опис навчальної дисципліни**

**Метою** вивчення дисципліни є формування у студентів системи спеціальних знань у сфері маркетингу, вироблення вмінь та навичок організації, впровадження та використання маркетингу на підприємствах з врахуванням їх особливостей, оцінки ризиків маркетингової діяльності, а також набуття здобувачами освіти відповідних професійних компетенцій, що забезпечують ефективну маркетингову діяльність підприємств.

**Завдання** дисципліни полягає у формуванні та реалізації маркетингової політики фірми у сфері планування товарного асортименту, ціноутворення, збуту товарів і послуг, реклами, просування товарів; вихованні здатності до творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства; відпрацюванні практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; управлінні маркетинговою діяльністю.

**Політика курсу.** Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

**Орієнтовний перелік тем лекцій**

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Класифікація маркетингу
3. Характеристики маркетингу.
4. Маркетингові дослідження.
5. Маркетингова товарна політика.
6. Маркетингова цінова політика.
7. Маркетингова політика розподілу (продажу)

8. Маркетингова комунікаційна політика (просування).
9. Організація маркетингу.
10. Контроль маркетингу

### **Орієнтовний перелік тем практичних занять**

1. Визначення та сутність маркетингу, категорії маркетингу
2. Стани попиту і задачі маркетингу, що відповідають цим станам
3. Процес управління маркетингом
4. Комплексне дослідження товарних ринків
5. Товарна класифікація. Сутність марочного товару
6. Маркетингова цінова політика
7. Маркетингова політика розподілу (продажу)
8. Процес вибору комплексу просування
9. Організація маркетингу
10. Контроль маркетингу

### **Перелік рекомендованої літератури**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ: Лібра, 2006. 720 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Прогресс, 2000. 736 с.
3. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики: навч. посіб. / за заг. ред. В.В. Липучка. Львів: «Новий Світ -2000»; «Магнолія плюс». 2003. 288 с.
4. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко та ін. К. : КНЕУ, 2008. 600 с.
5. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.
6. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: навч. посіб. К.: Знання, 2006. 327 с.
7. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Маркетинг: навч.-метод. посіб. Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2014. 274 с.

**Завідувач кафедри маркетингу**

**ЛЕГЕЗА Дар'я**