

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ НА РИНКУ ТОВАРІВ

(назва навчальної дисципліни)

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до самостійної роботи
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії**

зі спеціальності 075. «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця кафедра економіки та маркетингу, протокол №16 від 20 квітня 2016 року

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Самостійна робота здобувача (СРЗ) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Метою самостійної роботи здобувача в межах навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент на ринку товарів» є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього доктора філософії.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи здобувачів очної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 73 % (110 години) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин).

У ході самостійної роботи здобувач має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної освітньо-наукової діяльності.

СРЗ в межах навчальної дисципліни «Маркетинг-менеджмент на ринку товарів» включає:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни;
- поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань;
- пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;
- контрольну перевірку здобувачами особистих знань за запитаннями для самодіагностики;
- підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю;
- систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрових екзаменів.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання самостійної роботи, які передбачені навчальним планом і програмою навчальної дисципліни для засвоєння теоретичних знань і практичних навичок, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Завдання для самостійної роботи здобувачів та форми її контролю

№	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
Змістовий модуль I. Процес маркетингового менеджменту.						
1.	Вміги розв'язувати маркетингові завдання	Тема 2. Процес маркетингового менеджменту	1. Методі збору та обробки інформації по маркетинговому управлінню 2. Метод експертно-аналітичного аналізу інформації по маркетинговому управлінню. 3. Прийняття рішення в управлінні маркетингом.	10	Презентація результатів	основна [1-8]; додаткова [1, 19]
2.	Вміння аналізувати маркетингову інформацію.	Тема 3. Організація маркетингового менеджменту	1. Неінтегровані та інтегровані маркетингові структури. 2. Тимчасові форми організації маркетингу на підприємстві. 3. Неформальні маркетингові структури	20	Презентація результатів	основна [1, 5, 6]; додаткова [19]
3.	Вміння обирати тип організаційної структури служба маркетингу	Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	1. Розроблення та запровадження системи стимулювання праці. 2. Перевірка раціональності створеної організаційної маркетингової структури	20	Письмова контрольна робота за темами 3 і 4	основна [1, 5, 6]; додаткова [19]
Разом за змістовим модулем I				50		
Змістовий модуль II. Маркетингове стратегічне планування						
4.	Здатність слідкувати та виконувати стратегічні та тактичні плани маркетингу	Тема 6. Стратегії маркетингу	1.Класифікація маркетингових стратегій за Р. Майлзом та П. Сноу. 2.Класифікація і характеристики підприємницьких стратегій за П. Друкером.	20	Презентація результатів	основна [7, 8]; до- даткова [10, 11, 13, 15]

№	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
5.	Уміння складати план заходів по підвищенню ефективності маркетингової діяльності	Тема 7. Маркетингове стратегічне планування	1. Матриця “ринок-продукт” (И. Ансофф). 2. Матриця “привабливість – конкурентоспроможність”	20	Презентація результатів	основна [1 - 8]; додаткова [10, 11, 13, 15].
6.	Уміння застосувати методику розроблення маркетингових програм	Тема 8. Розробка маркетингових програм	1. Необхідні умови для здійснення маркетингових програм. 2. Програми розвитку нового продукту. 3. Програми ціноутворення та політики цін.	20	Презентація результатів	основна [1 -8]; додаткова [11, 12, 19]
7.	Уміння на основі аналізу своєчасно проводити оперативний контроль маркетингових процесів, готувати необхідні корективи.	Тема 10. Контроль маркетингової діяльності підприємства	1. Критерії ефективних форм контролю. 2. Аналіз результатів маркетингової діяльності підприємства.	20	Презентація результатів, контрольна робота	основна [4, 9]; додаткова [11, 12]
Разом за змістовим модулем II				60		
Разом з навчальної дисципліни				110		

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Виконання кожного завдання для самостійної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань для самостійної роботи у межах тем змістових модулів навчальної дисципліни наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для самостійної роботи	Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2				Сума балів
	ЗСР1	ЗСР2	ЗСР3	ЗСР4	ЗСР5	ЗСР6	ЗСР7	
Максимальна кількість балів	5	5	5	5	5	5	10	40

ЗСР – завдання для самостійної роботи здобувача.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності та іншої академічної документації.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**4.1. Основна**

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. Підручник. – К.: КНЕУ, 1998. – 284 с.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом. Учебник. – М: ИНФРА-2001. – 334 с.
3. Дойль П. Маркетинг – менеджмент и стратегии. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
4. Завгородняя А.В. Маркетинговое планирование. / А. В. Завгородняя,

Д.О. Ямпольская. – СПб: Питер, 2002. – 352 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 734 с.

6. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент. – СПб.: Питер, 1998. – 682 с.

7. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. СПб.: Наука, 1996. – 586 с.

8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ СПб.: Питер, 2004. – 800 с.

9. Павленко А.Ф. Маркетинговый менеджмент. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1999. – 100 с.

4.2. Додаткова

10. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Буке-рель, Р. Ланкар. – М.: Экономика, 1991. – 572 с.

11. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.

12. Амблер Т. Практический маркетинг. – СПб.: Питер, 1999.

13. Багиев Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – М.: ОАО "Изд-во "Экономика", 1999. – 704с.

14. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И.Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 176 с.

15. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – М.: Изд. МГУ, 1995. – 252 с.

16. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.

17. Герчикова И.Н. Менеджмент. Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 480 с.

18. Гусев Ю.В. Стратегия развития предприятий. – СПб.: Изд. СПбУЭФ, 1992. – 160 с.

19. Деловое планирование. Методы. Организация. Современная практика / Под ред. В. М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 1997– 264 с.

20. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию. /С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. –СПб.:Питер, 2001.– 256 с.

21. Дихтль Е. Практический маркетинг. / Е. Дихтль, Х. Херштейн. – М.: Инфра-М, 1996. – 406 с.

22. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: Учеб. пособие. – М.: Финпресс, 1998. – 192 с.

23. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. послесл. В.А. Приписнов. – М.: Экономика, 1991. – 240 с.

24. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. / У. Кинг, Д. Клиланд. – М.: Прогресс, 1982. – 400 с.

25. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. – М.: Русская деловая литература, 1998. – 768 с.

26. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. – К.: КНЕУ, 1998. – 152 с.
27. Маркетинг. Менеджмент. Научное издание. / Под ред. Л.В. Балабановой – Донецк: ДонГУЭТ, 2001. – 594 с.
28. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке. / Р.Б. Ноздрева, Л.И. Цыгичко. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 304 с.
29. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. [Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 504 с.
30. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: ЗАО "Бизнес-школа Интел-синтез", 1997. – 304 с.

4.3. Ресурси Інтернет

31. Президент України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua>
32. Верховна Рада України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
33. Кабінет Міністрів України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
34. Міністерство економіки України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>
35. Міністерство фінансів України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minfin.kmu.gov.ua>
36. Міністерство освіти і науки України. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>