

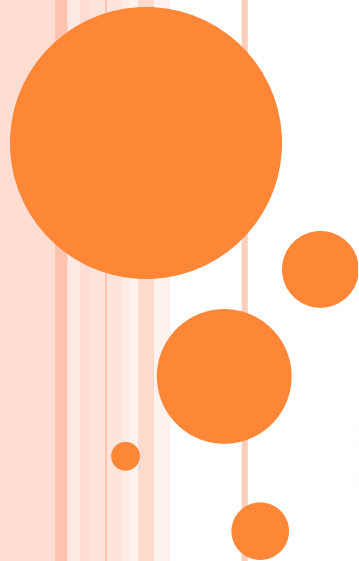
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ І МАРКЕТИНГУ

Маркетинг





ПЕРЕД ПОЧАТКОМ КУРСУ, НА НУЛЬОВОМУ ТИЖНІ НАВЕДЕНО:



Курс Маркетинг (5 кредитів) x

dl.khpi.edu.ua/course/view.php?id=130

moodle Валерій Кобелев

Маркетинг (5 кредитів)(Кобелев, Косенко)

Інформаційна сторінка ▶ Дистанційні курси 2016 ▶ Маркетинг

Редагувати

НАВІГАЦІЯ

Інформаційна сторінка

- Головна сторінка
- Сторінки сайту
- Поточний курс
 - Маркетинг**
 - Учасники
 - Відзнаки
 - Загальне
 - 11 Жовтень - 17 Жовтень
 - 18 Жовтень - 24 Жовтень
 - 25 Жовтень - 31 Жовтень
 - 1 Листопад - 7 Листопад
 - 8 Листопад - 14 Листопад
 - 15 Листопад - 21 Листопад
 - 22 Листопад - 28 Листопад
 - 29 Листопад - 5 Грудень
 - 6 Грудень - 12 Грудень
 - 13 Грудень - 19 Грудень

Курс «Маркетинг» призначений для студентів, які навчаються на першому (бакалаврському) рівні усіх спеціальностей.

- Презентація курсу
- Відомості про викладачів
- Форум: Будьмо знайомі!
- Форум: Новини та об'яви
- Форум: Консультації
- Інформаційні матеріали по курсу
- Словник маркетингових термінів

11 Жовтень - 17 Жовтень

Модуль 1

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Мета (цілі):

ПОШУК НА ФОРУМАХ

Застосувати

Розширений пошук ?

ОСТАННІ НОВИНИ

Додати нову тему...

(Поки новин немає)

НЕЗАБАРОМ

Немає подій у майбутньому

Перейти до календаря...

Створити подію...

EN 15:55



ВАШІ ТЬЮТОРИ:



Кобєлев Валерій Миколайович,
Доцент кафедри економіки і маркетингу, к.е.н.,
доцент

E-mail: v.n.kobelev@gmail.com



Косенко Олександра Петрівна,
Доцент кафедри економіки і маркетингу, д.е.н.,
доцент

E-mail: kosenkoalexandra@rambler.ru



ПРИЗНАЧЕННЯ ТА ТРИВАЛІСТЬ КУРСУ



Курс «Маркетинг» призначений для студентів, які навчаються на першому (бакалаврському) рівні усіх спеціальностей.

Тривалість курсу один семестр –
16 навчальних тижнів





МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ КУРСУ



Мета: формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.



Завдання: вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.



Предмет: процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.



ПОЧАТКОВА ПІДГОТОВКА

Marketing



Передбачається, що студент має необхідний рівень знань для вивчення дисципліни оскільки попередній етап навчання сформував у нього необхідну базу знань, а сам курс «Маркетинг» базується на таких дисциплінах:

- Вступ до спеціальності,
- Економічна теорія,
- Історія економіки та економічної думки,
- Мікроекономіка,
- Менеджмент.





ПЛАН ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ПЕРЕДБАЧАЄ ЩОТИЖНЕВУ РОБОТУ СТУДЕНТА



Курс: Маркетинг (5 кредитів) | Валерій

dl.khpi.edu.ua/course/view.php?id=130

moodle | Валерій Кобелев

Перейти до календаря...
Створити подію...

11 Жовтень - 17 Жовтень

Модуль 1
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
Мета (цілі):

1. Визначати сутність маркетингу, характеризувати та розрізняти основні категорії маркетингу. (1, 2)
2. Визначати, класифікувати та аналізувати вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність компанії. (3, 4)
3. Демонструвати (ілюструвати) прояв та пояснювати еволюцію концепцій маркетингу в сучасному житті. (3, 4)

- План роботи на 1-му тижні
 - Інформаційні матеріали
- Сутність маркетингу та його сучасна концепція
 - Завдання 1.1 Нестатки та потреби людини
 - Завдання 1.2 Товари-замінники
 - Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності підприємства
 - Завдання 1.4 Дослідження призначення і області споживання товару
 - Завдання 1.5 Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Підсумковий тест за темою 1
 - Звіт про виконану роботу за темою 1
- Форум: Всі займаються маркетингом, але не всі про це знають!
 - Інформаційні матеріали 2

18 Жовтень - 24 Жовтень

КАЛЕНДАР | Грудень 2016

Нд	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ПОКАЗУВАТИ ПОДІЇ:

- Приховати глобальні події
- Приховати події курсу
- Приховати групові події
- Приховати події користувача

ОСТАННІ ДІЇ

Доступно з середа, 14 Грудень 2016, 10:22
Повний звіт щодо діяльності за останній час
3 часу Вашого останнього входу нічого нового не відбулося

НОВІ ЗАПИСИ БЛОГУ

Немає нових записів

КЕРУВАННЯ

- Керування курсом
 - Редагувати
 - Редагувати параметри
 - Користувачі
 - Фільтри
 - Звіти
 - Журнал оцінок
 - Результати
 - Відзнаки
 - Резервна копія
 - Відновлення
 - Імпорт
 - Очистити
 - Банк питань
 - Репозиторії

Перемикнути на пов...

EN 15:56



ПРИКЛАД: ПЛАН РОБОТИ НА 1-МУ ТИЖНІ



Маркетинг: План роботи

dl.khpi.edu.ua/mod/page/view.php?id=6539

moodle Валерій Кобелев

Інформаційна сторінка > Дистанційні курси 2016 > Маркетинг > 11 Жовтень - 17 Жовтень > План роботи на 1-му тижні

ПЛАН РОБОТИ НА 1-МУ ТИЖНІ

1. **Форум: Будьмо знайомі!** (10 балів)
Назвіть колегам по навчанню. Напишіть репліку на подання колеги. Дайте відповіді на коментарі до ваших записів. Оцінка за подання - 6 балів, за цікаві коментарі - 4 бали.
2. **Вивчіть теоретичний матеріал.**
Виконайте тестові вправи на закріплення теоретичного матеріалу (30 балів).
3. Виконайте Завдання 1-го тижня 1.1 + 1.5 та надішліть їх на перевірку (40 балів).
4. Заповніть на форумі звіт про роботу на 1 тижні (10 балів).
5. Візьміть участь в обговоренні у форумі: **Всі займаються маркетингом, але не всі про це знають!** (10 балів)

Всього на 1-му тижні ви можете набрати 100 балів.

Остання зміна: середа, 14 Грудень 2016, 16:00

НАВІГАЦІЯ

- Інформаційна сторінка
 - Головна сторінка
 - Сторінки сайту
- Поточний курс
 - Маркетинг
 - Учасники
 - Відзнаки
 - Загальне
 - 11 Жовтень - 17 Жовтень
 - План роботи на 1-му тижні**
 - Інформаційні матеріали
 - Сутність маркетингу та його сучасна концепція
 - Завдання 1.1 Нестатки та потреби людини
 - Завдання 1.2 Товари-замінники
 - Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності п...
 - Завдання 1.4 Дослідження призначення і області спо...
 - Завдання 1.5 Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Підсумковий тест за темою 1
 - Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Форум: Всі займаються маркетингом, але не всі про ...
 - Інформаційні матеріали 2

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З КУРСОМ



Термін опрацювання кожної теми – 1 тиждень;

Перелік діяльності, яку буде виконувати студент у процесі засвоєння курсу:

-вивчення теоретичного матеріалу;

-виконання практичних вправ та ситуаційних завдань;

-виконання тестових завдань,

-участь у дискусіях (форуми).





ПРИКЛАД: ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ



Курс: Маркетинг (3 кредит) x Маркетинг : Інформаційні матеріали x

dl.khpi.edu.ua/mod/page/view.php?id=8304

moodle Валерій Кобелев

Інформаційна сторінка > Дистанційні курси 2016 > Маркетинг > 11 Жовтень - 17 Жовтень > Інформаційні матеріали

Інформаційні матеріали

Перелік рекомендованої літератури

Основна література

- Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. 5-е вид. доп. / С. С. Гаркавенко. 7-е видання. К.: Лібра, 2010. - 720 с. Цей підручник є базовим.
- Гаркавенко С.С. Маркетинг: робочий конспект та навчальні тестові завдання Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - К.: Лібра, 2004. - 279с.
- Маркетинг: підручник / [В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.], ред. - упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. - [4-те вид.]. - К.: навч.-метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. - 648с.
- Котлер, Ф. Основи маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. - 5-е европейское издание. - ИД Вільямс, 2014.



WELCOME

MARKETING

ПРИКЛАД: ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ



Course: Marketing (5 credits) | Marketing: Essence of marketing

dl.khpi.edu.ua/mod/lesson/view.php?id=5678&pageid=484

moodle

Валерій Кобельєв

Інформаційна сторінка > Дистанційні курси 2016 > Маркетинг > 11 Жовтень - 17 Жовтень > Сутність маркетингу та його сучасна концепція

РЕДАГУВАННЯ ВІСТУ СТОРІНКИ

МЕНЮ УРОКУ

Тема 1 Зміст

- 1.1 Сутність маркетингу та його основні категорії.
- 1.2 Фактори зовнішнього середовища, які впливають на діяльність компанії.
- 1.3 Концепції маркетингу

НАВІГАЦІЯ


- Інформаційна сторінка
 - Головна сторінка
 - Сторінки сайту
- Поточний курс
 - Маркетинг
 - Учасники
 - Відзнаки
 - Загальне
 - 11 Жовтень - 17 Жовтень
 - План роботи на 1-му тижні
 - Інформаційні матеріали
 - Сутність маркетингу та його сучасна концепція**
 - Завдання 1.1 Нестачи та потреби людини
 - Завдання 1.2 Товари-замінники
 - Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності п...
 - Завдання 1.4 Дослідження призначення і області спо...
 - Завдання 1.5 Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Підсумковий тест за темою 1
 - Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Форум: Всі займаються маркетингом, але не всі про ...
 - Інформаційні матеріали 2
 - 18 Жовтень - 24 Жовтень

Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Попередньо переглянути | Редагувати | Звіти | Оцінювання есе

1.1 Сутність маркетингу та його основні категорії.


"Дайте клієнтові вибір, і він залишить у вас всі свої гроші."
Філіп Котлер



Поняття «маркетинг» багато хто помилково ототожнюють з рекламою і збутом. Це можна пояснити. З переходом до ринкових відносин нам постійно доводиться телевізійна і поштова реклама, газетні оголошення, нам весь час намагаються щось продати. Здається, що комерція - головне в житті суспільства.

Багато хто дивується, дізнавшись, що найважливіший елемент маркетингу зовсім не збут. Збут, за визначенням Ф. Котлера, «лише верхівка маркетингового айсберга». Збут - одна з багатьох функцій маркетингу, часто не сама істотна. Серед завдань маркетингу - виявлення сложивчих потреб, розробка придатних товарів і встановлення на них відповідної ціни, налагодження системи їх розподілу і ефективного стимулювання. Ф. Котлер дає таке визначення маркетингу: «Маркетинг - вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну».

Соціальні основи маркетингу пов'язані з наступними поняттями: потреби, потреби, запити, товар, обмін, угода і ринок.



Нестача

(первинні потреби). В основі маркетингу лежить ідея людських нестач.

Нестача - почуття, що відчувається людиною при нестачі чого-небудь.

Нестачі людей різноманітні і складні. Це і фізіологічні нестачі - в їжі, одязі, теплі і безпеці, і соціальні нестачі - в духовній близькості, впливові і прихильності, і особисті нестачі - в знаннях і самовираженні. Ці нестачі не створюються чимись зусиллями, а є природними особливостями людини.

Якщо нестача незадоволена, людина відчуває себе нещасною і знедоленою. Чим більше значить для неї та чи інша нестача, тим глибше він переживає. Незадоволена людина займається пошуками об'єкта, здатного задовольнити нестачу, або спробує заглушити її.

Потреби.

Другою вихідною ідеєю маркетингу є ідея людських потреб.

Потреба - це нестача, яка прийняла специфічну форму відповідно до культурного рівня і особистості індивіда.

Для деяких південноафриканців смажена сарана - делікатес. Голодний філіппінець буде радий молоденькому поросяти, квасолі і манго. Згоподніла українська людина віддасть перевагу яловичині зі смаженою картоплею, яблуку. Потреби виражаються в об'єктах, здатних задовольнити нестачу у той спосіб, який притаманний культурному укладу даного суспільства.

Запити - Потреби людей практично безмежні, але ресурси для їх задоволення обмежені. Людина буде вибирати товари, які поставлять її найбільше задоволення в рамках його фінансових



ПРИКЛАД: ТЕСТ



Підсумковий тест за темою: X Валерій

dl.khpi.edu.ua/mod/quiz/attempt.php?attempt=1495

moodle Валерій Кобелев

Інформаційна сторінка > Дистанційні курси 2016 > Маркетинг > 11 Жовтень - 17 Жовтень > Підсумковий тест за темою 1 > Перегляд

ПЕРЕХІД ПО ТЕСТУ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30			

Завершити спробу...

Розпочати нову спробу

Питання 1

Відповіді ще не було

Макс. оцінка до 1,00

Відмітити питання

Редагувати питання

Цілями концепції соціально-етичного маркетингу є:

Виберіть одну або декілька відповідей:

- a. врахування інтересів споживачів
- b. соціальна відповідальність
- c. задоволення розумних потреб
- d. врахування інтересів підприємства
- e. врахування інтересів суспільства в цілому;

Далі

НАВІГАЦІЯ

- Інформаційна сторінка
 - Головна сторінка
- Сторінки сайту
- Поточний курс
 - Маркетинг
 - Учасники
 - Відзнаки
 - Загальне
 - 11 Жовтень - 17 Жовтень
 - План роботи на 1-му тижні
 - Інформаційні матеріали
 - Сутність маркетингу та його сучасна концепція
 - Завдання 1.1 Нестатки та потреби людини
 - Завдання 1.2 Товари змінюються





ПРИКЛАД: ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ



Курс: Маркетинг (5 кредитів) | Завдання

dl.khpi.edu.ua/mod/assign/view.php?id=6157

moodle

Інформаційна сторінка | Дистанційні курси 2016 | Маркетинг | 11 Жовтень - 17 Жовтень | Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності п...

НАВИГАЦІЯ

- Інформаційна сторінка
 - Головна сторінка
 - Сторінки сайту
- Поточний курс
 - Маркетинг
 - Учасники
 - Відзнаки
 - Загальне
 - 11 Жовтень - 17 Жовтень
 - План роботи на 1-му тижні
 - Інформаційні матеріали
 - Сутність маркетингу та його сучасна концепція
 - Завдання 1.1 Нестатки та потреби людини
 - Завдання 1.2 Товари-замінники
 - Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності п...**
 - Завдання 1.4 Дослідження призначення і області спо...
 - Завдання 1.5 Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Підсумковий тест за темою 1
 - Звіт про виконану роботу за темою 1
 - Форум: Всі займаються маркетингом, але не всі про ...
 - Інформаційні матеріали 2
 - 18 Жовтень - 24 Жовтень
 - 25 Жовтень - 31 Жовтень
 - 1 Листопад - 7 Листопад
 - 8 Листопад - 14 Листопад
 - 15 Листопад - 21 Листопад
 - 22 Листопад - 28 Листопад
 - 29 Листопад - 5 Грудень
 - 6 Грудень - 12 Грудень
 - 13 Грудень - 19 Грудень
 - 20 Грудень - 26 Грудень
 - 27 Грудень - 2 Січень

Завдання 1.3 Концепції маркетингової діяльності підприємства

Письмова відповідь (5 балів)

Напишіть обґрунтовану відповідь по кожному пункту.

До якої концепції маркетингу ви віднесете фірми, кожна з яких дотримується одного з наступних девізів:

- 1) ми виробляємо автомобілі, які пропонуємо по доступним цінам;
- 2) ми пропонуємо годинники, які отримали золоті медалі на Лейпцизькому ярмарку;
- 3) ми не тільки продаємо автомобілі по каталогах, але і доставляємо їх до місця вимоги покупця;
- 4) ми надаємо нашим клієнтам надію і шанс;
- 5) ми споруджуємо електростанції з установкою газо-, водоочищувальних систем і сховищ для відходів палива;
- 6) ми виробляємо екологічно чисті продукти харчування, які пропонуємо за доступними цінами;
- 7) ми пропонуємо вина, які отримали золоті медалі на Паризькій, Лондонській і інших ярмарках;
- 8) ми будуємо безвідходний завод з переробки нафтопродуктів з урахуванням природоохоронних технологій;
- 9) ми пропонуємо весь спектр послуг покупцеві нашого обладнання, клієнт для нас - наш дохід і надія;
- 10) ми не тільки продаємо персональні комп'ютери, але і встановлюємо, навчаємо і допомагаємо в обслуговуванні.

Результат оцінювання

Учасники	0
Здано	0
Потрібно оцінити	0
Кінцевий термін здачі	п'ятниця, 4 Листопад 2016, 23:00
Залишилося часу	Прийом робіт закінчено

[Перепанути/Оцінити всі роботи](#)

ОРГАНІЗАЦІЯ СПІЛКУВАННЯ В КУРСІ

Marketing



Відбувається за допомогою:

- 1) Щотижневих тематичних форумів;
- 2) Консультаційних форумів;
- 3) Електронної пошти;
- 4) Соціальних мереж.





ОЦІНЮВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ



Оцінка	Рівень знань
5A 90-100 балів	Правильна та повна відповідь на питання, розширення відповіді за рахунок власних міркувань студента, достатня глибина та всебічність знань, високий рівень систематизації викладення матеріалу, обґрунтовані висновки до задачі.
4B 80-89 балів	Взагалі правильна, але не досить повна відповідь на питання, достатній рівень систематизації матеріалу, розв'язання задачі без помилок з наявністю висновків.
4C 75-79 балів	Відповідь на питання містить не принципові помилки, задача розв'язана вірно, але студентом не надано висновків.
3D 70-74 бали	Відповідь на питання містить не більше однієї принципової помилки, при розв'язанні задачі припущено помилки, які можна пояснити неухважністю студента, спостерігається спроба обґрунтувати отримані результати.
3E 60-69 балів	Відповідь на питання містить дві принципові помилки, задача розв'язана вірно без висновків або всі відповіді на запитання вірні, але задача розв'язана невірно.
Підсумка оцінка	50 балів за теорію + 50 балів за практику = 100 балів



РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ



- Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розробки та проведення маркетингових заходів
- Проводити маркетингові дослідження, визначати цільові сегменти ринку, розраховувати показники які їх характеризують
- Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати
- Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні

