

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

Методичні рекомендації
до самостійної роботи студентів

Харків – 2016

УДК 339.9 (075.8)
ББК 65.5я73
М 55

Рецензенти:

О. А. Довгаль – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

С. В. Тютюнникова – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної теорії та економічних методів управління Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

*Затверджено до друку рішенням Науково-методичної ради Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 1 від 2.11.2015 р.)*

М 55 Менеджмент і маркетинг : методичні рекомендації до самостійної роботи студентів / уклад. І. В. Тимошенко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. – 24 с.

Видання містить повний навчально-методичний комплекс, включаючи методичні рекомендації з вивчення дисципліни, навчальну програму, тематичний план, плани семінарських занять, питання для самоконтролю, теми рефератів, список літератури й електронних джерел.

Призначене для студентів, що навчаються за економічними і юридичними напрямами підготовки.

УДК 339.9 (075.8)
ББК 65.5я73

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016
© Тимошенко І. В., укладач, 2016
© Дончик І. М., макет обкладинки, 2016

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
3. ВИКЛАД ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
Розділ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ.....	6
Тема 1. «Менеджмент і маркетинг»: предмет і завдання курсу	6
Тема 2. Споживач і його поведінка – центральна проблема маркетингу.....	7
Тема 3. Маркетингове розуміння товарів і послуг.....	7
Розділ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ	8
Тема 4. Маркетингова інформаційна система.....	8
Тема 5. Маркетингові дослідження.....	9
Тема 6. Сегментація ринків організації та визначення позицій.....	9
Розділ 3. ОПЕРАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ	9
Тема 7. Товарна стратегія і товарна політика організації.....	9
Тема 8. Цінова стратегія і цінова політика організації.....	10
Тема 9. Збутова стратегія і збутова політика організації.....	10
Тема 10. Комунікаційна стратегія і комунікаційна політика організації. Брендинг.....	11
4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	12
5. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ.....	14
6. САМОСТІЙНА РОБОТА.....	14
7. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ (ТЕМИ РЕФЕРАТІВ).....	15
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ.....	17
9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ.....	17
10. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ.....	17
11. РЕКОМЕНДОВАНЕ МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	18
Базова література.....	18
Допоміжна література.....	18
Інформаційні ресурси.....	21