

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Кафедра _____ соціології і публічного управління
(назва)

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Соціологія маркетингу

_____ (назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський)
перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань _____ 05 Соціальні та поведінкові науки
(шифр і назва)

спеціальність _____ 054 Соціологія
(шифр і назва)

освітня програма _____ Соціологія управління
(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни _____ професійна підготовка (обов'язкова)
(загальна підготовка (обов'язкова/вибіркова) / професійна підготовка (обов'язкова/вибіркова))

форма навчання _____ денна
(денна/заочна)

Харків – 2023 рік

Модуль 1. Основні поняття маркетингу. Комплекс маркетингу

Тема 1. Маркетинг як концепція ринкового управління.

План

1. Принципи, цілі, завдання маркетингу.
2. Еволюція концепції маркетингу. Основні концепції маркетингу.
3. Вплив маркетингу на суспільство
4. Функції та дисфункції маркетингу

Теми рефератів

1. Соціально-відповідальний маркетинг: концепція XXI століття. Світові тенденції і вітчизняний досвід.
2. Соціальний маркетинг: поняття і сутність.
3. Концепція соціально-етичного маркетингу та концепція маркетингу стосунків.
4. Проблеми впровадження маркетингу в сучасних умовах.
5. Еволюція концепції маркетингу.
6. Проблеми маркетингу.

Література: 1, 2, 4, 5, 7

Тема 2. . Товар. Життєвий цикл товару

План

1. Головні типи продукту.
2. Специфіка та різновиди послуг.
3. Види аналізу асортименту
4. Широта асортименту та об'єм продаж

Теми рефератів

1. Підходи до класифікації товарів і послуг
2. Якість і конкурентоспроможність товар
3. Основні чинники, цілі, труднощі і проблеми ціноутворення
4. Становлення нового збуту і торгівлі в Україні

Література: 1-12

Тема 3. Ціноутворення як елемент комплексу маркетингу

План

1. Роль ціни у маркетинг-міксі
2. Цілі ціноутворення
3. Методи ціноутворення
4. Діапазон цін на продукт

Теми рефератів

1. Методи формування цін
 2. Адаптація цін Цінова еластичність попиту, сприйняття цінових змін і реакції у відповідь споживачів
 3. Ціни в умовах конкуренції
 4. Участь державних і муніципальних органів управління
 5. у ціноутворенні.
- Література: 1-14

Тема 4. Місця розповсюдження товару

План

1. Характеристика маркетингової програми на різних етапах ЖЦТ
2. Види стратегій розповсюдження товару
3. Методики пошуку посередників.
4. Методика пошуку можливостей росту продажів

Теми рефератів

1. Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга
 2. Организация маркетинговой деятельности
 3. Прогнозирование и снижение рисков
 4. Маркетинговое планирование
 5. Бюджет маркетинга
- Література: 3-5, 15

Тема 5. Просування товару

План

1. Види маркетингових комунікацій
2. Трейд-маркетинг
3. Помилки проведення промо-акцій
4. Ефективність прямого маркетингу

Теми рефератів

1. Оцінка кон'юнктури ринку.
 2. Суть та стратегії позиціонування товару.
 3. Потенціал і частка ринку.
 4. Аналіз кон'юнктури ринку товарів і послуг.
 5. Аналіз конкурентів.
 6. Методи визначення ринкових сегментів.
 7. Стратегії точної сегментації.
 8. Аналіз українського ринку маркетингових комунікацій.
 9. Тенденції розвитку маркетингу ідей у світі та в сучасній Україні.
- Література: 3-8, 15-16

Модуль 2. Організація та проведення маркетингових досліджень

Тема 6. Сегментування ринку.

План

1. Функції сегментування
2. Дифереційований маркетинг
3. Многофакторна модель сегментування
4. Поведінка споживачів

Теми рефератів

1. Особливості вибору дослідницького агентства.
2. Директива ESOMAR. Угода про маркетинговий дослідницький проект.
3. Стандарти якості маркетингових досліджень УМА.
4. Проективні методики в маркетингових дослідженнях.
5. Види маркетингової інформації та її значення.

Література: 3-8, 15-16

Тема 7. Позиціонування на ринку

План

1. Сутність позиціонування
2. Підходи до створення карт позиціонування
3. Методи аналізу карт сприйяття

Теми рефератів

1. Напрями комплексного дослідження ринку.
2. Послідовність етапів маркетингових досліджень.
3. Засоби визначення проблеми, яку потрібно вирішити.
4. Технологія формулювання цілей дослідження.
5. Носії та джерела маркетингової інформації.

Література: 1-12, 16

Тема 8. Концепція та програма маркетингового дослідження

План

1. Сутність маркетингового дослідження та його програма
2. Види маркетингових агентств
3. Визначення маркетингової проблеми
4. Компоненти МІС

Теми рефератів

1. Методи збору інформації: плюси та мінуси.
2. Дизайн анкети або іншого інструменту збору даних.
3. Польові роботи.

Література: 1-12

Тема. 9 Методи маркетингових досліджень

План

1. Методи збору інформації, які використовуються у маркетингу
2. Форми для збору маркетингової інформації.
3. Проектування вибірки
4. Аналіз даних

Теми рефератів

1. Інтерпретація даних.
 2. Підготовка звіту за результатами дослідження
 3. Методи побудови вибірки з погляду завдань маркетингового дослідження
- Література: 1-12

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

1	Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – [7-ме вид.]. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.// https://www.twirpx.com/file/2490349/
2	Козлова О.А. Соціологія маркетингу //Соціологічні студії. Навчальний посібник з дисциплін вільного вибору/Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Розділ12. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. С. 350-379.URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54897
3	Лиходій В.Г., Єрмошенко М.М. Маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Київ: Національна академія управління, 2012. – 404 с.// https://www.nam.kiev.ua/files/publications/966-95193-1-4-poscompressed.pdf
4	Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка. - К.: КНЕУ, 2008. - 600 с. // https://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/
5	Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник. – К., 2006. – 192 с. // https://ua1lib.org/book/3205730/21b8b3?id=3205730&secret=21b8b3
6	Principles of Marketing. whole starwhole starwhole starwhole starempy star Copyright Year: 2015, Publisher: University of Minnesota Libraries Publishing// https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/
7	Петруня. –3-тє вид., переробл. і доповн. –Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.// http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf https://www.nam.kiev.ua/files/publications/966-95193-1-4-poscompressed.pdf/
8	Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – [7-ме вид.]. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.// https://www.twirpx.com/file/2490349/

9	Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового/ Пер. с англ. – К.: Вид. КМ-БУК, 2019. – 208 с.// http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf
10	Лиходій В.Г., Єрмошенко М.М. Маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Київ: Національна академія управління, 2012. – 404 с.// https://www.nam.kiev.ua/files/publications/966-95193-1-4-poscompressed.pdf
11	Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка. - К.: КНЕУ, 2008. - 600 с. // https://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/
12	Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник. – К., 2006. – 192 с. // https://ua1lib.org/book/3205730/21b8b3?id=3205730&secret=21b8b3

Допоміжна література

13	Гончарук Я.А. Маркетинг: Навчальний посібник у тестах. – Київ: КНЕУ, 2012. – 314 с.
14	Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник. – К., 2006. – 192 с.
15	Мороз Л.А. Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник. – Львів: Інтелект-Захід, 2012. – 244 с.
16	Руделіус В., Азарян О.М., Виноградов О.А. та ін. Маркетинг. – К., 2013.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. http://i-soc.com.ua/institute/el_library.php Електронна бібліотека Інституту соціології НАН України
2. <http://sau.in.ua/doslidzhennya/> Соціологічна асоціація України, дослідження
3. <https://genderindetail.org.ua/> Гендер в деталях
4. <https://idss.org.ua/public> Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи Національної академії наук України, публікації
5. <https://i-soc.com.ua/ua/edition/publications> Сайт Інституту соціології України
6. <https://www.vac.org.ua/> Всеукраїнська асоціація соціологів, сайт
7. <http://i-soc.com.ua/ua/edition/journal/> Журнал «Соціологія: теорія, методи, маркетинг»
8. <http://www.ukr-socium.org.ua> Український соціум. Науковий журнал (Київ)
9. <http://www.genderculturecentre.org/> Центр гендерної культури
10. <http://www.kiis.com.ua> Київський міжнародний інститут соціології (КМІС)

11. <http://www.uisr.org.ua/monitoring> Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка
12. <http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/index> Міністерство соціальної політики України
13. <http://www.dipsm.org.ua> / Державний інститут сімейної та молодіжної політики
14. <http://www.ukrstat.gov.ua> Головне управління статистики України
15. <http://uam.in.ua/> Українська Асоціація Маркетингу
16. <https://www.ama.org> Американська асоціація маркетингу