

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



В. В. Малий, З. Р. Сафіуліна, А. Б. Ольховська

ЛОГІКА ТА ЕТИКА ПРОФЕСІЙНИХ СУДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГУ

Методичні рекомендації до
практичних та семінарських занять

Харків

НФаУ

2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЛОГІКА ТА ЕТИКА ЯК НЕОБХІДНА ОСНОВА ПРОФЕСІЙНИХ СУДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГУ. ЕТИКА ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ЕТИЧНИХ ПРОБЛЕМ У МАРКЕТИНГУ.	7
Тема 1. Логіка як наука про закони і форми правильного мислення.....	7
Тема 2. Дихотомія в логіці. Співпраця людей логічного та етичного типів, їх взаємна доповнюваність.....	12
Тема 3. Етика в маркетинговій діяльності.....	16
Тема 4. Етичні проблеми в маркетингу. Неоднозначність проблем.....	23
Тема 5. Впровадження етичних норм в маркетингову Діяльність.....	30
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЗАКОНОДАВЧА БАЗА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ І В УКРАЇНІ. САМОРЕ- ГУЛЮВАННЯ: КОДЕКСИ ПРОФЕСІЙНИХ ПРАКТИК.....	37
Тема 6. Законодавча база маркетингової діяльності в світо- вій практиці.....	37
Тема 7. Правові аспекти маркетингової діяльності в Україні... Тема 8. Саморегулювання маркетингової діяльності. Кодек- си професійних практик.....	46
Тема 9. Етика бізнесу. Підходи до ведення бізнесу в різних країнах.....	52
Тема 10. Етика ділових бесід і переговорів.....	59
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ.....	83
ЛІТЕРАТУРА.....	87
ДОДАТКИ.....	90
Компетенція Антимонопольного комітету України.....	90
Закон України про захист прав споживачів.....	92
Принципи реклами.....	94
Етичний кодекс УАМ.....	99