

МАРКЕТИНГ ТОРГІВЛІ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування професійних компетентностей щодо теоретичних та практичних основ сутності і змісту процесу організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності в торговельному процесі; підвищення ефективності взаємодії всіх суб'єктів в дистриб'юторській ланцюжку, від виробника до споживача продукції; використання ринку збуту як засобу для реалізації комплексу заходів, спрямованих на ефективність продажів того чи іншого товару.

Основні завдання навчальної дисципліни: набуття цілісної системи знань про: категорії і системи маркетингу торгівлі; формування підходів до процесу організації торговельного маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань торговельного процесу; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення торговельного маркетингу.

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

фахові:

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

Програмні результати навчання:

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція.

Тема 2. Основні категорії торговельного маркетингу

Тема 3. Організація торговельного маркетингу на підприємстві

Тема 4. Планування торговельного маркетингу на підприємстві

Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства

Тема 6. Проведення маркетингових досліджень в торговельному маркетингу

Тема 7. Управління товарною політикою торговельного маркетингу

Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу

Тема 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу.

Тема 10. Контроль та аналіз маркетингу торгівлі.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.