

## **АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»**

**Мета:** формування у майбутніх економістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

**Основні завдання:** вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу, організації та здійснення маркетингових досліджень, сегментування ринку та вибору цільових сегментів, розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

**Предмет:** вивчення навчальної дисципліни є маркетинговий комплекс у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем, що визначає перспективи розвитку підприємства в умовах ринку і стратегії їх досягнення.

### ***Інформаційний обсяг навчальної дисципліни***

**Тема 1.** Сутність маркетингу та розвиток його концепцій

**Тема 2.** Маркетинг як відкрита мобільна система

**Тема 3.** Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень

**Тема 4.** Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів

**Тема 5.** Товар у комплексі маркетингу

**Тема 6.** Ціна у комплексі маркетингу

**Тема 7.** Розповсюдження у комплексі маркетингу

**Тема 8.** Комунікації у комплексі маркетингу

**Тема 9.** Управління маркетинговою діяльністю