

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Мета: формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності промислового підприємства з урахуванням принципів сталого розвитку.

Основні завдання: ознайомити студентів із відповідними поняттями, категоріями та процесами маркетингового менеджменту; вивчити систему методів, алгоритмів та інструментарію управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; опанувати практичні навички з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур на підприємстві, контролю й аналізу маркетингової діяльності; набути вміння творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, що допоможе вирішенню конкретних маркетингових завдань і виконанню відповідних функцій.

Предмет: процеси та методи маркетингового менеджменту на підприємствах.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни:

Тема 1. Загальне поняття маркетингового менеджменту.

Тема 2. Процес маркетингового менеджменту.

Тема 3. Організація маркетингового менеджменту.

Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві.

Тема 5. Сутність і система маркетингового планування.

Тема 6. Стратегії маркетингу.

Тема 7. Маркетингове стратегічне планування.

Тема 8. Маркетингові програми.

Тема 9. Тактичне і оперативне планування маркетингу.

Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності.