

МАРКЕТИНГ

Предметом навчальної дисципліни процеси й методи вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців 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.

Завдання: освоєння теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, вивчення впливу макро- та мікросередовища на маркетингову діяльність, організації та здійснення маркетингових досліджень, здійснювати сегментацію ринку та вибору цільових сегментів, розробка комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

Зміст навчальної дисципліни розкривається в темах

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