

МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Метою викладання дисципліни є формування у майбутніх економістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо планування, організації та контролю маркетингової діяльності підприємства малого бізнесу з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства малого бізнесу.

Завдання викладання дисципліни є надання знань з питань: теоретичних та методологічних основ маркетингу малих підприємств; системного підходу до маркетингу підприємства; вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу; організації та здійснення маркетингових досліджень; сегментування ринку та вибору цільових сегментів; розробки комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політики; стратегічного планування та контролю маркетингу.

Предметом вивчення дисципліни є маркетингова діяльність підприємств малого бізнесу за напрямками та управління нею з урахуванням особливостей функціонування таких підприємств.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу

Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу

Тема 3. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.

Тема 4. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу

Тема 5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу

Тема 7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу