

МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Мета: формування у майбутніх фахівців 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: 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.

Предмет: маркетингова діяльність підприємств малого бізнесу за напрямками та управління нею з урахуванням особливостей функціонування таких підприємств.

Інформаційний склад навчальної дисципліни:

1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція.
2. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу.
3. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.
4. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу.
5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу.
6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу.
7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу.