

Маркетинг підприємств малого бізнесу

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: 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.

Компетентності:

Загальні:

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК11. Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові) компетентності:

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Програма навчальної дисципліни:

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.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 150 год.

Кількість кредитів 5

Форма семестрового контролю залік