

# МАРКЕТИНГ

## МЕТА

Формування у здобувачів системи спеціальних знань у сфері маркетингу, вироблення вмінь та навичок організації, впровадження та використання маркетингу на підприємствах з врахуванням їх особливостей, оцінки ризиків маркетингової діяльності, а також набуття здобувачами освіти відповідних професійних компетенцій, що забезпечують ефективну маркетингову діяльність підприємств

## ТЕМАТИКА

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Класифікація маркетингу
3. Характеристики маркетингу
4. Маркетингові дослідження
5. Маркетингова товарна політика
6. Маркетингова цінова політика
7. Маркетингова політика розподілу (продажу)
8. Маркетингова комунікаційна політика (просування)
9. Організація маркетингу
10. Контроль маркетингу

## ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Формування та реалізація маркетингової політики фірми у сфері планування товарного асортименту, ціноутворення, збуту товарів і послуг, реклами, просування товарів; здатність до творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства; практичні навички розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; управління маркетинговою діяльністю

