

МАРКЕТИНГ

Кафедра економіки і менеджменту Факультет економіки і природокористування

Лектор
Освітній ступінь
Форма контролю

к.е.н., доцент Герчанівська Світлана Валеріївна
Бакалавр
Залік

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «Маркетинг» належить до спеціальних дисциплін, які забезпечують формування знань та навиків студентів відповідної спеціальності з питань маркетингу.

Мета дисципліни: надання студентам ґрунтовних знань щодо сутності та функцій маркетингу, способів реалізації його основних політик – товарної, цінової, комунікацій і розподілення, а також відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань і прищеплене вміння творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств.

Вивчення дисципліни «Маркетинг» дозволяє забезпечити формування у студентів таких *компетентностей*:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- знання та розуміння предметної області професійної діяльності.
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- здатність до креативного та критичного мислення.
- навички міжособистісної взаємодії.

Теми лекцій:

- Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
- Тема 2. Класифікація маркетингу.
- Тема 3. Характеристики маркетингу.
- Тема 4. Маркетингові дослідження.
- Тема 5. Організація маркетингу.
- Тема 6. Маркетингова товарна політика.
- Тема 7. Маркетингова цінова політика.
- Тема 8. Маркетингова політика розподілу.
- Тема 9. Маркетингова політика комунікацій.
- Тема 10. Особливості аграрного маркетингу.
- Тема 11. План маркетингу підприємства.

Теми занять:

(семінарських, практичних)

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
2. Класифікація маркетингу.
3. Характеристики маркетингу.
4. Маркетингові дослідження.
5. Організація маркетингу.
6. Маркетингова товарна політика.
7. Маркетингова цінова політика.
8. Маркетингова політика розподілу.
9. Маркетингова політика комунікацій.
10. Особливості аграрного маркетингу.
11. План маркетингу підприємства.