**МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ І КОНТРОЛЬ**

**Освітні програми:** 075 Маркетинг

**Цикл:**  вибіркових дисциплін професійної підготовки.

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2021-2022 н.р.

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Маркетингове планування і контроль на підприємстві» є формування у студентів системи необхідних теоретичних знань і практичних навичок зі здійснення планової та контрольно-аналітичної роботи на підприємствах різних організаційно-правових форм і форм власності в умовах ринку.

**Основними** **завданнями** вивчення дисципліни «Маркетингове планування і контроль на підприємстві» є: засвоєння студентами основних принципів і методів маркетингового планування виробничо-господарської діяльності; набуття практичних навичок з розроблення поточних, оперативно-календарних та стратегічних планів підприємства; набуття знань з організації маркетингового планування на підприємстві, а також здійснення контрольно-аналітичної роботи.

*У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен****:***

**знати:** основні поняття та складові системи маркетингового планування і контролю на підприємстві; види та зміст маркетингових планів підприємства, методику їх розроблення та затвердження; принципи організації маркетингового планування і контролю, зміст контрольно-аналітичної роботи та методики аналізу виконання планів; основні принципи та зміст маркетингового бізнес-плану.

**уміти:** застосовувати в задачах маркетингового планування діяльності підприємств різні методи планування в сфері маркетингу; розробляти план обсягів реалізації, поточні плани виробництва; визначати стратегічні плани; планувати товарну політику фірми, цінову, збутову та комунікаційну діяльність фірми та контролювати ці напрями діяльності.

**Програма навчальної дисципліни**

Модуль 1. Теоретичні основи та організація маркетингового планування.

Тема 1. Сутність та методологія маркетингового планування і контролю.

Тема 2. Організація маркетингового планування і контролю на підприємстві.

Тема 3. Тактичне й оперативне планування маркетингу.

Тема 4. Особливості стратегічного маркетингового планування.

Модуль 2. Планування і контроль маркетингової діяльності на підприємстві.

Тема 5. Процес стратегічного планування.

Тема 6. Особливості планування і контролю товарної політики фірми.

Тема 7. Цінова політика компанії її планування та контроль.

Тема 8. Планування політики розподілу фірми та її контроль.

Тема 9. Планування комунікаційної політики маркетингу.

 **Викладацький склад:**

***Лектор:*** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Онопрієнко І.М.

***Викладач практичних занять:*** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Онопрієнко І.М.

**Тривалість**: 5 кредитів ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – іспит. (8 семестр)