**МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Освітні програми:** 075 Маркетинг

**Цикл:**  вибіркових дисциплін професійної підготовки.

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2021-2022 н.р.

**Мета вивчення дисципліни –** формування наукового світогляду і системи теоретичних знань з маркетингу промислового підприємства, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад використання в сучасних умовах.

**Завдання дисципліни:**

* набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо використання принципів, методів й інструментів маркетингу промислового підприємства, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад використання;
* організація роботи служби маркетингу у взаємодії із іншими службами на промисловому підприємстві;
* формування навичок розробки і планування маркетингових стратегій та їх реалізація промисловими підприємствами; організації роботи.
* У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен  **знати:**

- сутність і концепцію промислового маркетингу;

- особливості товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики на промисловому ринку;

- основні характеристики промислової продукції і особливості промислового ринку;

- характеристики основних типів ринків, принципи сегментації промислового ринку, методи розробки продукції, канали розподілу товарів, маркетингові комунікації, різні підходи до вибору маркетингових стратегій;

**вміти**:

* збирати маркетингову інформацію, обробляти її, визначати коло потенційних споживачів, ціну продукції, її конкурентоспроможність, планувати комплекс маркетингу;
* планувати та контролювати маркетингову діяльність, розробляти стратегії маркетингу на промисловому ринку;
* розробляти маркетингові стратегії для ефективного впровадження комплексу маркетингу на промисловому підприємстві.

**Зміст дисципліни**.

Тема 1. Сутність, завдання та концепції промислового маркетингу.

Тема 2. Суб’єкти і об’єкти маркетингу в діяльності підприємств на промисловому ринку.

Тема 3. Сегментування промислового ринку

Тема 4. Процес товаропостачання і поведінка покупців

Тема 5. Система маркетингових досліджень та інформації на промисловому ринку.

Тема 6**.** Маркетингова товарна політика.

Тема 7. Планування нової продукції і розробка товару.

Тема 8. Якість і конкурентоспроможність товарів виробничого призначення.

Тема 9. Ціноутворення на промисловому ринку.

Тема 10. Розподіл і переміщення товарів виробничого призначення.

Тема 11. Системи маркетингових комунікацій у промисловому маркетингу.

Тема 12. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства

 **Викладацький склад:**

***Лектор:*** к.с.г .н., доцент кафедри маркетингу та логістики Нечипоренко В.В.

***Викладач практичних занять:*** к.с.г.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Нечипоренко В.В.

**Тривалість**: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік. (7 семестр)