

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Освітні програми: 075 Маркетинг

Цикл: вибіркових дисциплін професійної підготовки.

Статус: вибіркова навчальна дисципліна.

Навчальний рік: 2022-2023 н.р., 7 семестр

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.