АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ І КОНТРОЛЬ

Освітні програми: 075 Маркетинг
Цикл: вибіркових дисциплін професійної підготовки.
Статус: вибіркова навчальна дисципліна.
Навчальний рік: 2022-2023 н.р., 8 семестр

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.