



Факультет
економіки і
менеджменту

МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ І КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та логістики*

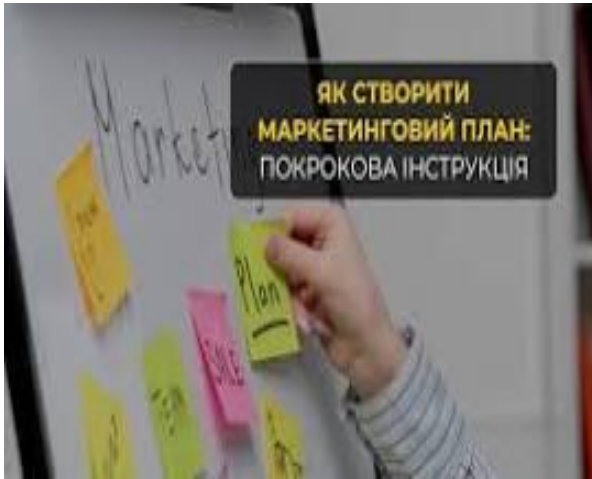
*Онопрієнко Ірина
Миколаївна*



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/onopriyenko-irina-mikola%d1%97vna/>





МЕТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ:

формування базових знань і набуття практичних навичок з організації та проведення маркетингового планування та контролю; пошук й аналіз потенційних напрямів розвитку маркетингової діяльності підприємства

ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ:

розгляд теоретичних питань сутності маркетингового планування та контролю, уміння використовувати набір інструментів проведення маркетингового планування та контролю на різних рівнях діяльності підприємства



Вивчивши курс, ви отримаєте відповіді на такі

В чому необхідність
проведення
маркетингового
планування



Кому потрібен
маркетинговий
контроль на
практиці



питання як:



Послідовність проведення
маркетингового
планування та
контролю на
підприємстві



Основні напрями
маркетингового
планування



Які стандарти
та методи
проведення
планування та
контролю



Зміст дисципліни:

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

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

**MARKETING
PLAN**

