



Факультет
економіки і
менеджменту

МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА



Викладач курсу?

*Кандидат
сіськогосподарських наук,
доцент кафедри маркетингу
та логістики*

*Нечипоренко
Валентина
Володимирівна*



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/nechyporenko-valentina-volodimirivna/>





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:

розгляд теоретичних питань щодо теорії промислового маркетингу, методології маркетингових досліджень; розробки і планування маркетингових стратегій та їх реалізації промисловими підприємствами, планування сучасних методів управління маркетинговою і комунікативною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу промислової продукції.

Особливостей і поведінки організацій-споживачів на ринках B2B;



Після опанування курсу студенти отримують відповіді на питання щодо:



аналізу промислового ринку та конкурентного середовища;



аналізу промислового ринку та конкурентного середовища;

використання цифрових інструментів маркетингової діяльності;



організації збуту продукції виробничого призначення;



ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ:

Тема 1. Сутність промислового (B2B) маркетингу, його завдання та концепції розвитку.

Тема 2. Промислові товари. Ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності.

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

