



Факультет  
економіки і  
менеджменту

# ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВОГО СУБ'ЄКТА

Рішення



Ефект



Дослідження



Аналіз



# Хто викладач курсу?

*Кандидат економічних наук,  
доцент кафедри  
маркетингу та логістики*

**Муштай Валентина  
Анатоліївна**



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/mushtaj-valentina-anatoli%20%D1%97vna/>





## МЕТА ВИВЧЕННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА:

здобуття теоретичних і практичних знань щодо оцінювання, аналізу, планування та підвищення результативності маркетингу, набуття практичних навичок з обґрунтування та прийняття кросфункціональних рішень для підвищення ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта

## ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ:

спрямований на оволодіння такими компетентностями які формують здатність досліджувати, планувати, реалізовувати та вдосконалювати маркетингові заходи для підвищення результативності діяльності ринкового суб'єкта в умовах невизначеності



# Вивчивши курс, ви отримаєте відповіді на такі питання як:

Як процеси внутрішнього маркетингу впливають на ефективність діяльності ринкового суб'єкта?

Як протидіяти зовнішнім загрозам та маркетинговим ризикам в веденні бізнесу?

Як досягти обґрунтованого прийняття рішень в управлінні комплексом маркетингу?

**ЯК РЕАЛІЗОВУВАТИ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ?**

Як ефективно взаємодіяти з контрагентами ринку?

Як визначати, вимірювати та оцінювати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта?

Як планувати ефективність діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі вдосконалення функцій маркетингу?



# Зміст освітнього

## КОМПОНЕНТА:



**ТЕМА 1.** Вплив процесів внутрішнього маркетингу на ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

**ТЕМА 2.** Способи протидії ринкового суб'єкта зовнішнім загрозам та маркетинговим ризикам в веденні бізнесу.

**ТЕМА 3.** Обґрунтування маркетингових рішень в управлінні комплексом маркетингу.

**ТЕМА 4.** Формування відносин ринкового суб'єкта з контрагентами ринку.

**ТЕМА 5.** Визначення та вимірювання результатів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

**ТЕМА 6.** Оцінка ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

**ТЕМА 7.** Планування ефективної діяльності в кросфункціональному розрізі вдосконалення функцій маркетингу.

**ТЕМА 8.** Впровадження маркетингових стратегій для підвищення ефективності маркетингової діяльності та досягнення конкурентних переваг.