



# ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

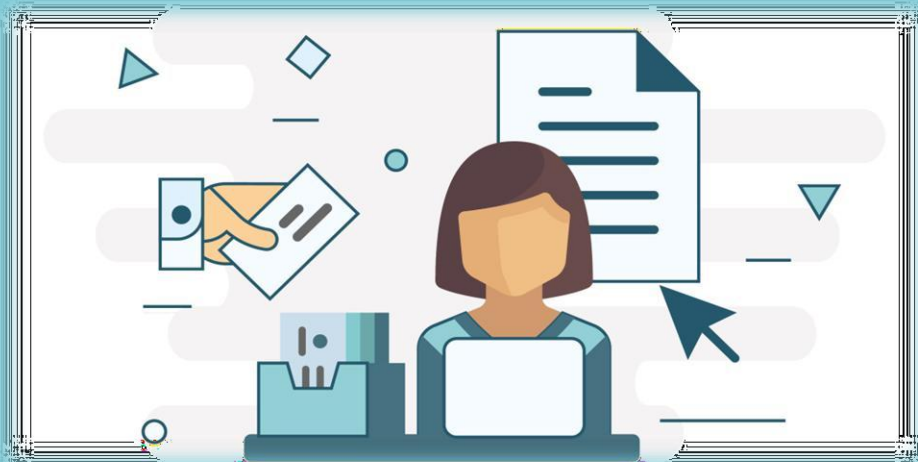
*Викладач: к.е.н. Ірина  
ЧЕЧЕНЮК*

**Метою викладання освітнього компонента «Основи маркетингу» є формування у майбутніх фахівців спеціальних знань у сфері маркетингу, набуття практичних навичок щодо дослідження ринку, просування товарів і послуг з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.**



## Завданням вивчення освітнього компонента «Основи маркетингу» є надання знань з питань:

- теоретичних та методологічних основ маркетингу;
- системного підходу до маркетингу;
- вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу;
- організації та здійснення маркетингових досліджень;
- сегментування ринку та вибору цільових сегментів;
- розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;
- планування, впровадження та контролю програм маркетингу.



# ОСНОВНІ ТЕМИ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

1. *Суть та зміст маркетингу*
2. *Маркетингові дослідження*
3. *Процес організації маркетингу*
4. *Комплексне дослідження ринку та прогнозування обсягів продажу товарів*
5. *Маркетингова стратегія продукту*
6. *Маркетингова стратегія ціни*
7. *Маркетингова стратегія розподілу*
8. *Маркетингова стратегія комунікацій*



У результаті вивчення освітнього компонента здобувач освіти повинен

**знати:**

- місце маркетингу у структурі управління та функціонування підприємством;
- сутність маркетингу, його основні концепції;
- сутність та елементи комплексу маркетингу;
- основні маркетингові категорії;
- методи визначення цільового ринку, принципи сегментації і позиціонування продукту;
- основні методи здійснення маркетингових досліджень і вимоги до них;
- значення маркетингової товарної політики, етапи життєвого циклу товару;
- основні цінові стратегії та суть маркетингової політики ціноутворення ;
- сутність маркетингової політики розподілу;
- сутність маркетингової політики комунікацій та основні її елементи;
- процес управління маркетингом, систему контролю за впровадженням маркетингових заходів.

**вміти:**

- аналізувати маркетингове середовище підприємства;
- проводити сегментацію ринку;
- класифікувати та визначати потреби споживачів;
- досліджувати та аналізувати товари, асортимент, цінову політику, планування маркетингу на підприємстві;
- розробляти комплекс маркетингових комунікацій для підприємства;
- знаходити напрямки вдосконалення маркетингової діяльності.



**Будьте успішними зі знаннями  
з маркетингу!**

