



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ» -
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців теоретичних знань і набуття практичних навичок щодо процесу стратегічного і тактичного планування маркетингової діяльності та комплексу маркетингу на підприємстві.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: сутність і концепцію маркетингового планування; види маркетингових планів; принципи та основні етапи процесу маркетингового планування; особливості процесу маркетингового стратегічного та тактичного планування на підприємстві.

ВМІТИ: формувати маркетинговий план підприємства; застосовувати стратегії маркетингу в практиці при управлінні сучасним підприємством в умовах невизначеності; планувати і реалізовувати процес стратегічного маркетингу підприємства; формувати маркетингові стратегічні цілі підприємства; розробляти маркетингові програми; здійснювати процес маркетингового планування комплексу маркетингу на підприємстві.

3. Перелік компетенцій, яких набує студент після опанування даної дисципліни:

- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність діяти соціально відповідально та свідомо
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

В умовах трансформації та невизначеності економіки України найбільш суттєві зміни відбуваються у сфері планування та організації діяльності підприємства. Саме це і обумовлює активну увагу на різних рівнях управління до створення сучасної системи планування та організації маркетингової діяльності підприємства, яка б дозволяла вітчизняним підприємствам займати стійкі конкурентні позиції. Зважаючи на це, зростає необхідність підготовки фахівців із знаннями та вміннями здійснювати процес маркетингового планування.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Теоретичні аспекти маркетингового планування.
2. Процес маркетингового планування в умовах невизначеності.
3. Стратегічне маркетингове планування.
4. Тактичне й оперативне маркетингове планування.
5. Планування маркетингової товарної політики підприємства.
6. Планування маркетингової цінової політики підприємства.
7. Планування маркетингової політики розподілу.
8. Планування маркетингової комунікаційної політики підприємства.